

**STRATEGI DINAS KOPERASI DAN UKM KABUPATEN LANGKAT
DALAM PENGEMBANGAN SEKTOR USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH (UMKM)**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

SUCI ASTARI

NIM. 51153082

Program Studi
EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Suci Astari**
Nim. : 51153082
Tempat/Tgl. Lahir : Dolok Masihul/ 17 Januari 1998
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Cinta Dapat Dusun Kantil Desa Pd. Brahrang Kec.
Selesai Kab Langkat

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul: **“STRATEGI DINAS KOPERASI DAN UKM KABUPATEN LANGKAT DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 08 Agustus 2019
Yang membuat pernyataan

SUCI ASTARI

Skripsi berjudul “**STRATEGI DINAS KOPERASI DAN UKM KABUPATEN LANGKAT DALAM PENGEMBANGAN SEKTOR USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)**” an. Suci Astari, NIM 51153082. Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 17 Oktober 2019. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 18 November 2019

Panitia Sidang Munaqasah Skripsi

Program Studi Ekonomi Islam UIN-SU

Ketua,

Sekretaris,

(Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst, MA)
NIP.197907012009122003

(Rahmi Syahriza, S.Th.I.,MA)
NIP.198501032011012011

Anggota

1. Dr. Andri Soemitra, MA
NIP.197605072006041003

2. (Dr. Marliyah, M.Ag)
NIP.197601262003122003

3. (Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst , MA)
NIP.197907012009122003

4. (Muhammad Syahbudi,MA)
NIB : 1100000094

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN-SU Medan

Dr. Andri Soemitra, MA
NIP.197605072006041003

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

STRATEGI DINAS KOPERASI DAN UKM KABUPATEN LANGKAT DALAM PENGEMBANGAN SEKTOR USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)

Oleh:

Suci Astari

Nim. 51153082

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 08 Agustus 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Andri Soemitra, MA
NIP.197605072006041 002

Rahmi Syahriza, MA
NIP. 198501032011012011

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Dr. Marliyah, M.Ag
NIP.197601262003122003

ABSTRAK

Suci Astari, 2019. Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dalam Pengembangan Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dibawah bimbingan Pembimbing Skripsi I oleh Bapak Dr. Andri Soemitra, MA dan Pembimbing II oleh Ibu Rahmi Syahriza, MA.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi tentang strategi yang diterapkan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dalam upaya pengembangan sektor UMKM. Secara umum Dinas Koperasi dan UKM sudah menerapkan beberapa Strategi yang diimplementasikan dalam program- program kerjanya, namun realita yang terjadi masih saja banyak UMKM yang mengalami permasalahan dalam mengembangkan usahanya. Penelitian yang dilakukan ini berjenis penelitian kualitatif dengan bentuk deskriptif dan subjek yang dijadikan sumber dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Koperasi, Kepala Bidang UKM dan 3 informan penerima bantuan hibah dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode analisis data menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi – strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat untuk mengembangkan UMKM adalah strategi perkuatan yang diimplementasikan dalam program kerja pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM dengan melakukan promosi produk, strategi pemberdayaan yang diimplementasikan dalam program kerja pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM. Program ini dilakukan dengan penyelenggaraan pelatihan kewirausahaan dan strategi perkuatan yang diimplementasikan dalam program kerja penciptaan iklim usaha yang kondusif dengan kegiatan fasilitasi pengembangan UMKM di Kabupaten Langkat. Implikasi dari strategi yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat adalah naiknya omzet, peningkatan kemampuan sumberdaya manusia dan penumbuhan jiwa kewirausahaan bagi peserta pelatihan serta membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya dengan memberikan modal.

Kata Kunci:Strategi, Dinas Koperasi dan UKM, Pengembangan UMKM

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur disampaikan kepada Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua yang penuh dengan kekhilafan dalam bertindak dan berpikir. Sholawat dan salam diutarakan kepada baginda Nabi Muhammad Saw beserta dengan keluarga dan para sahabatnya. Semoga di hari akhir kelak kita semuanya sebagai umatnya mendapatkan siraman syafa'atnya di yaumul akhir kelak.

Terucap rasa syukur yang teramat karena penulis bersyukur bisa menyelesaikan karya ilmiah skripsi dengan judul “Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dalam Pengembangan Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)” dengan lancar tanpa memiliki kesulitan yang berarti.

Dalam penulisan skripsi ini disadari begitu banyak pertolongan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak. Sebab tanpa adanya pertolongan tersebut tidak mungkin penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat sesuai dengan waktunya. Oleh karenanya, penulis pun menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Teruntuk yang paling istimewa kepada Ayah penulis Arsoyo, Ibu penulis Rusmila Purba, Abang penulis Irwan SyahPutra dan Adik penulis Muhammad Ayub yang telah melimpahkan dukungan dan doa hingga sampai sejauh ini untuk penulis mendapatkan gelar Sarjana.
2. Prof. Dr. H. Saidurrahman Harahap, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara dan Wakil Dekan I, II, III.
4. Dr. Marliyah, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
5. Dr. Andri Soemitra, MA dan Ibu Rahmi Syahriza, MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dan II yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya dalam membina penulis untuk menyusun skripsi ini.
6. Neila Susanti, S.Sos, M.Si selaku Penasehat Akademik yang turut berperan dalam membantu penulis untuk penyusunan proposal skripsi.

7. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara yang juga telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk mendidik penulis.
8. Drs. T.M. Auzai selaku Kepala Dinas Koperasi Kabupaten Langkat
9. Drs. Jamal Ritonga selaku Kabid UKM Dinas Koperasi Kabupaten Langkat
10. Teruntuk keluarga besar kelas Ekonomi Islam-E angkatan 2015.
11. Teruntuk sahabat penulis yakni Sembilan Saudara Akur (SSA) yang selama ini telah menemani selama perkuliahan dan telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Teruntuk sahabat penulis Tiara Yoristi Shafira dan Putri Sakina Najwa yang selama ini telah membantu memberikan semangat kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
13. Yang teristimewa kepada semua pihak lainnya yang tidak bisa semuanya dituliskan dalam kata pengantar teramat singkat ini. Semoga bantuan yang telah semua pihak berikan kepada penulis dapat dibalas Allah Swt dengan curahan pahala yang tiada pernah bisa mengering sampai kapan pun.

Penulis telah berupaya dengan sekuat tenaga dalam menyelesaikan skripsi ini, namun disadari masih terdapat banyak kekurangan yang kiranya dari sisi isi dan tata bahasanya. Sembari itu penulis menantikan saran dan kritik yang berguna untuk menyempurnakan skripsi ini. Pada akhir kata ini penulis dapat menyampaikan rasa terimakasih dan berharap apa yang ada di dalam skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita semuanya. Amin.

Medan, 08 Agustus 2019

Penulis

Suci Astari

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
ABSTRAK	ii
KATAPENGANTAR	iii
SURAT PERNYATAAN	v
DAFTARISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTARTABEL	x
DAFTARLAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Batasan Istilah.....	5
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Fungsi Manajemen.....	7
B. Strategi	8
C. Manajemen Strategi	12
1. Pengertian Manajemen Strategi	12
2. Tujuan Manajemen Strategi.....	13
3. Manfaat Manajemen Strategi.....	13
D. Pencanaan Strategi.....	15
E. UMKM.....	15
1. Pengertian UMKM	15
2. Karakteristik UMKM.....	17
F. Pengembangan UMKM	22
G. Konsep Strategi Pengembangan menurut Perspektif Islam	23
H. Kajian Terdahulu	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	35
B. Lokasi Pendekatan Penelitian	35
C. Subjek Penelitian	35
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Teknik Analisis Data	37

BAB IV TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Dinas Koperasi dan UKM Kab Langkat	45
1. Sejarah Singkat Dinas Koperasi dan UKM Kab Langkat.....	45
2. Visi dan Misi Dinas Koperasi dan UKM Kab Langkat	46
3. Struktur Organisasi	46
B. Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dalam pengembangan sektor UMKM.....	55
1. Strategi Perkuatan	58
2. Strategi Pemberdayaan	59
3. Strategi Perlindungan.....	61
C. Analisis SWOT Pada Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat	60
1. Analisis Lingkungan Internal	60
2. Analisis Lingkungan Eksternal	61
3. Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	61
4. Matriks EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>)	63
5. Matriks SWOT.....	65
D. Implikasi Strategi Pengembangan Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat terhadap UMKM.....	70
1. Implikasi Strategi Perkuatan	70
2. Implikasi Strategi Pemberdayaan	70
3. Implikasi Strategi Perkuatan	70

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	72
B. Saran-Saran	73

DAFTAR PUSTAKA	74
-----------------------------	-----------

RIWAYATHIDUP	76
---------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
1	Kuadran SWOT	42
2	Struktur Organisasi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat Kuadran SWOT	46
3	Diagram Cartesius Analisis SWOT Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat	64

DAFTAR TABEL

Gambar		Hal
1	Jumlah Angkatan Kerja di Kabupaten Langkat	2
2	Jumlah UMKM berdasarkan Jenis Usaha.....	3
3	Karakteristik UMKM.....	18
4	Kriteria UMKM berdasarkan Asset dan Omset.....	20
5	Kajian Terdahulu	26
6	Matriks Analisis SWOT.....	40
7	Jumlah Tenaga Kerja di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat	50
8	Jumlah Koperasi Unit Desa Menurut Kecamatan.....	52
9	Jumlah UMKM berdasarkan jenis Usaha di Kabupaten Langkat....	54
10	Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Summary</i>)	60
11	Matriks EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>)	62
12	Matriks SWOT.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- 1 Daftar Wawancara
- 2 Gambar Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejarah membuktikan bahwa pada saat terjadi krisis pada tahun 1997/1998 telah membuat usaha berskala besar tidak mampu menahan terpaan krisis moneter. Dimana pada saat itu banyak perusahaan besar yang mengalami kebangkrutan atau pailit yang disebabkan oleh mahalanya bahan baku impor. Tidak hanya harga bahan baku yang naik drastis tetapi pajak impor dari bahan baku tersebut juga ikut naik. Selain itu, kebangkrutan usaha skala besar terjadi karena meningkatnya cicilan utang karena naiknya nilai tukar rupiah terhadap dolar¹

Pada saat usaha berskala besar mengalami keterpurukan, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mampu bertahan dari krisis moneter tersebut. Hal ini disebabkan oleh (1) sebagian besar UMKM memproduksi barang konsumsi dan jasa-jasa dengan elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah, maka tingkat pendapatan rata-rata masyarakat tidak banyak berpengaruh terhadap permintaan barang yang di hasilkan. Sebaliknya, kenaikan tingkat pendapatan juga tidak berpengaruh pada permintaan. (2) sebagian besar UMKM tidak mendapat modal dari Bank. Implikasinya keterpurukan sektor perbankan bermasalah, maka usaha skala besar ikut terganggu kegiatan usahanya. Sedangkan UMKM mampu bertahan. Di Indonesia, UMKM mempergunakan modal sendiri dari tabungan dan aksesnya terhadap perbankan sangat rendah. Terbukti saat krisis global yang terjadi beberapa tahun lalu, UMKM hadir sebagai suatu solusi dari perekonomian yang sehat². Hal ini membuktikan bahwa sektor UMKM memiliki keunggulan dan berpotensi untuk dikembangkan.

Kabupaten Langkat merupakan salah satu daerah yang memiliki jumlah penduduk yang cukup besar yaitu sebesar 1.028.309 jiwa pada tahun 2017. Dengan jumlah penduduk yang mencapai 1 juta lebih jiwa, maka jumlah angkatan kerja juga akan besar .

¹ Mariana kristianti. "*website media pemasaran produk-produk unggulan UMKM di kota Semarang*". Dalam jurnal Aplikasi Manajemen (JAM) vol 13 No. 2, April 2015,h. 186

²*Ibid*, h. 187

Tabel 1.1 Jumlah Angkatan Kerja di Kabupaten Langkat

Tahun	Jumlah Angkatan Kerja (jiwa)
2011	50265
2012	45300
2013	50516
2014	43758
2015	45435

Sumber: BPS kabupaten Langkat

Tenaga kerja di kabupaten Langkat mayoritas berpendidikan SLTP ke bawah, yaitu sebesar 38,21 persen, tamat SLTP sebesar 25.39 persen, tamat SLTA sebesar 28.99 dan perguruan tinggi sebesar 7,41 persen. Hal ini akan menimbulkan tingginya pengangguran sebagai akibat dari tidak tertampungnya tenaga profesional dengan keahlian khusus. Alternatif dari permasalahan ini adalah pengembangan UMKM, dimana sebenarnya di Kabupaten Langkat ini, UMKM merupakan andalan dari penduduk. Berdasarkan SE2016, jumlah tenaga kerja UMK non pertanian tercatat sebanyak 191.891 orang (91,71 persen), sedangkan jumlah tenaga kerja UMB sebanyak 18.590 orang (8,29 persen)³.

Penggerak utama perekonomian Kabupaten Langkat berasal dari konstruksi, transportasi dan pergudangan, informasi dan komunikasi, dan jasa perusahaan dengan total pertumbuhan ekonomi kategori ini adalah 4,98 persen pada periode 2011-2016. Namun demikian, secara kuantitas, aktivitas ekonomi paling banyak dijalankan adalah usaha perdagangan besar dan eceran, reparasi dan perawatan mobil dan sepeda motor, sebesar 52,96 persen. Kemudian aktivitas ekonomi terbesar kedua dan ketiga adalah penyediaan akomodasi dan penyediaan makan minum sebesar 18,80 persen dan industri pengolahan sebesar 10,79 persen. Usaha Mikro Kecil (UMK) mendominasi aktivitas ekonomi dengan proporsi sekitar

³ Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat, *Sensus Ekonomi 2016 Analisis Listing Potensi Ekonomi Kabupaten Langkat* (Langkat: Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat, 2016), h. 2-3

99,11 persen atau sebanyak 91.964 usaha/perusahaan. Sementara itu, Usaha Menengah Besar (UMB) sebesar 0,89 persen atau sebanyak 825 usaha/perusahaan.⁴

Tabel 1.2 Jumlah UMKM Berdasarkan Jenis Usaha

JENIS USAHA	TAHUN 2017	TAHUN 2018
Usaha Mikro	47.192 Unit	55.382 Unit
Usaha Kecil	957 Unit	1538 Unit
Usaha Menengah	139 Unit	106 Unit

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat

UMKM memegang peran penting saat ini, dimana UMKM dapat memberikan lapangan pekerjaan secara langsung bagi mereka yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah. Hanya saja permasalahan yang kerap terjadi pada UMKM adalah keterbatasan modal⁵. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa sektor UMKM di Kabupaten langkat merupakan sektor terbesar dalam roda perekonomian. Meski jumlah UMKM yang terdapat di langkat cukup banyak dan merupakan sektor terbesar dalam penyerapan tenaga kerja, kenyataannya kemiskinan terus meningkat selama beberapa tahun belakangan (2011-2016).

Secara umum pada UMKM permasalahan yang terjadi dalam mengembangkan usahanya adalah kurangnya pembinaan, informasi, aksesibilitas yang dilakukan pemerintah setempat atau terkadang dalam memperoleh modal dari Bank mereka mengalami kesulitan, penyebabnya adalah tingkat suku bunga kredit yang tinggi dan diperlukannya jaminan kebendaan (*collateral minded*) dalam memperoleh kredit yang sulit mereka penuhi.⁶ Selain itu permasalahan yang dialami oleh UMKM adalah teknik produksi, pemasaran, manajemen dan teknologi, begitu pula dengan UMKM yang terdapat pada Kabupaten Langkat.

⁴*Ibid.*, h. 10

⁵ Senen Machmud. “*Model Kajian Pendekatan Manajemen Strategik dalam Peningkatan Sektor UMKM di Kota Bandung*”, Dalam Jurnal Computech dan Bisnis, Vol. 7, No.1, Juni 2013, h. 58.

⁶ Muslimin Kara. “*Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan UMKM di Kota Makassar*”. Dalam jurnal Ilmu Syariah dan Hukum, vol 47 no. 1, juni 2013, h. 272

Dinas Koperasi dan UKM merupakan salah satu lembaga atau instansi pemerintah yang berada di setiap Daerah di Indonesia, salah satunya adalah Dinas Koperasi dan UKM di Kabupaten Langkat. Dimana Dinas Koperasi ini memiliki tugas melaksanakan sebagian urusan pemerintahan yaitu bidang Koperasi dan UKM. Pada dasarnya, Dinas Koperasi dan UKM sudah membuat beberapa program sebagai strategi mengembangkan UMKM, misalnya dalam bidang perizinan, permodalan dan program lainnya. Namun realita menunjukkan program – program dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat kurang berfungsi secara efektif dalam mengatasi banyaknya permasalahan UMKM dalam pengembangan usahanya yang masih terjadi seperti yang sudah dijelaskan diatas .

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangakatnya dalam sebuah penelitian yang berjudul “Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dalam Pengembangan Sektor Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah di atas, maka peneliti dapat merumuskan pertanyaan penelitian yang berupa:

- a. Bagaimana strategi pengembangan sektor usaha mikro, kecil dan menengah oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat?
- b. Bagaimana implikasi dari strategi pengembangan sektor usaha mikro, kecil dan menengah oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat terhadap UMKM ?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) oleh Dinas Koperasi dan UKM kabupaten Langkat. Dengan tercapainya tujuan tersebut maka peneliti berharap dapat menambah wawasan dan konsep, dalam strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), dan dapat berkontribusi terhadap keilmuan ekonomi serta dapat diterapkan dalam kegiatan pembelajaran ekonomi.

D. Manfaat

1. Bagi peneliti, menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi pengembangan UMKM dan teori – teori yang berkaitan.
2. Bagi Ilmu Pengetahuan Akademi, Sebagai pengembangan ilmu pengetahuan mengenai strategi pengembangan, khususnya untuk Fakultas dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bagi pelaku UMKM, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi setiap pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha untuk menambah omzet yang mereka dapatkan.

E. Batasan Istilah

Untuk memudahkan pemahaman penulis dalam penelitian ini, maka penulis membuat batasan istilah sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahaminya. Adapun istilah-istilah tersebut antara lain:

1. Strategi : Menurut Kenneth R. Andrews, strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang sesuai kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan. Pada dasarnya, perusahaan menetapkan strategi melalui penyelarasan kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada dalam industri.⁷
2. Dinas Koperasi Kabupaten Langkat : merupakan salah satu lembaga atau instansi pemerintah yang berada di setiap Daerah di Indonesia, salah satunya adalah Dinas Koperasi di Kabupaten Langkat. Dimana Dinas Koperasi ini memiliki tugas melaksanakan sebagian urusan pemerintahan yaitu bidang Koperasi dan UKM.
3. Pengembangan : adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/ jabatan melalui pendidikan dan latihan.

⁷ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi aksara, 2014), h. 338-339.

4. Usaha Mikro : adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.
5. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.
6. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.⁸

⁸ UU No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Fungsi Manajemen

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien⁹. Manajemen juga merupakan suatu proses yang melibatkan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran perusahaan dengan pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumberdaya lainnya. Beberapa fungsi manajemen diantaranya:

1. Perencanaan

Perencanaan diperlukan untuk membawa perusahaan kesasaran atau tujuan yang ingin dicapai dimasa yang akan datang. Perencanaan yang baik dapat memberikan keuntungan, seperti:

- a. Dapat mengidentifikasi peluang masa depan
- b. Mengantisipasi dan menghindari permasalahan di masa depan
- c. Mengembangkan rangkaian langkah strategik dan taktik

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian diartikan sebagai keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tanggungjawab, dan wewenang sedemikian rupa sehingga tercipta suatu kesatuan yang dapat digerakkan dalam rangka mencapai tujuan.

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan atau tindakan adalah suatu fungsi manajemen untuk menggerakkan orang-orang agar bekerja sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Banyak orang mengambil kesimpulan bahwa fungsi manajemen pelaksanaan merupakan fungsi yang paling penting karena berrhubungan dengan sumberdaya manusia.pemimpin organisasi harus dapat memberi motivasi sehingga setiap orang mau bekerjasama dengan orang lain untuk mencapai tujuan.

⁹Ismail solihin, *Pengantar Manajemen* (Bandung: Penerbit Erlangga, 2009), h. 4

4. Pengawasan

Pengawasan merupakan fungsi penting pada suatu organisasi. Pengawasan bukan merupakan keinginan untuk mencari-cari kesalahan. Pengawasan merupakan tugas untuk membenarkan kesalahan yang terjadi demi tercapainya tujuan organisasi.¹⁰

Dalam pandangan ajaran islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, terbib dan teratur. Proses-prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan asal-asalan. Arah pekerjaan yang jelas, landasan yang mantap dan cara-cara mendapatkannya transparan merupakan amal perbuatan yang dicintai Allah SWT. Sebenarnya, manajemen dalam arti mengatur sesuatu agar dilakukan dengan baik, tepat, dan tuntas merupakan hal yang di isyaratkan dalam ajaran Islam.

Demikian pula ketika kita melakukan sesuatu dengan benar, baik, terencana dan terorganisasi dengan rapi, maka kita akan terhindar dari keragu-raguan dalam memutuskan sesuatu atau dalam mengerjakan sesuatu. Kita tidak boleh melakukan sesuatu yang dilandaskan dengan keragu-raguan. Sesuatu yang didasarkan oleh keragu-raguan biasanya akan melahirkan hasil yang tidak optimal dan akhirnya tidak akan bermanfaat.

Proses-proses manajemen pada dasarnya adalah perencanaan segala sesuatu secara mantap untuk melahirkan keyakinan yang berdampak pada melakukan sesuatu sesuai dengan aturan serta memiliki manfaat. Perbuatan yang tidak ada manfaatnya adalah sama dengan perbuatan yang tidak pernah direncanakan. Jika perbuatan itu tidak pernah direncanakan, maka tidak termasuk manajemen yang baik.¹¹

B. Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu "*strategos*" (*stratus* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti "*generalship*" atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral perang dalam membuat rencana untuk memenangkan

¹⁰ Fuad Kristian. *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 92

¹¹ Eddy Yunus, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), h. 2-4

perang. Menurut KBBI Strategi /stra·te·gi/ /stratéji/ *n* adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa(-bangsa) untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai¹². Pada awalnya konsep strategi di definisikan sebagai cara untuk mencapai tujuan. Konsep generik ini terutama sesuai dengan perkembangan awal mula penggunaan konsep strategi yang digunakan dalam dunia militer.

Strategi saat ini sudah menjadi perbincangan yang sangat umum dan didefinisikan sedemikian rupa untuk kepentingan perusahaan ataupun organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Makna yang terkandung dalam strategi adalah sekumpulan tindakan yang dirancang untuk menyesuaikan antara kompetensi perusahaan dan tuntutan eksternal pada satu industri.¹³

Berikut ini diberikan beberapa definisi dari konsep strategi, diantaranya:

7. Menurut Kenneth R. Andrews, strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang sesuai kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan. Pada dasarnya, perusahaan menetapkan strategi melalui penyelarasan kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada dalam industri.¹⁴
8. Menurut Clauswitz, strategi merupakan seni pertempuran untuk memenangkan perang
9. Menurut Chandler dan Andrews, dimana strategi dalam pengertian ini mencakup juga penetapan berbagai tujuan serta arah perusahaan dalam jangka panjang.
10. Menurut Carl Von Clausewitz (Carl Philipp Gottfried) (1780-1831) Strategi merupakan penggunaan pertempuran untuk memenangkan peperangan (“the use of engagements for the object of war”).

¹²<https://kbbi.web.id/strategi> diunduh pada 24 juni 2019

¹³ Ari Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* (Jakarta: Kencana, 2016), h. 16-17.

¹⁴ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi aksara, 2014), h. 338-339.

11. Menurut Craig & Grant (1996), Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (targeting and long-term goals) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (achieve the goals and objectives).
12. Menurut Johnson and Scholes, strategi adalah arah dan ruang lingkup sebuah organisasi dalam jangka panjang yang mencapai keuntungan bagi organisasi melalui konfigurasi sumber daya dalam lingkungan yang menantang, untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenuhi harapan pemangku kepentingan.
13. Menurut Stephanie K. Marrus, Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.
14. Menurut Hamel dan Prahalad, strategi adalah tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.
15. Menurut David (2004), strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akusisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan joint venture.
16. Menurut Glueck dan Jauch (1989), strategi adalah Rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.
17. Menurut Pearce & Robinson, Strategi adalah 'rencana main' suatu perusahaan. Strategi mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai

bagaiman, kapan dan dimana ia harus bersaing menghadapi lawan serta dengan maksud dan tujuan apa.¹⁵

Definisi strategi pertama yang dikemukakan oleh Chandler, menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep –konsep tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
2. *Competitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga tipe, diantaranya:

1. Strategi Manajemen

Strategi manajemen merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh disertai cara pelaksanaannya yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuannya.¹⁶ meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro. Misalnya strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar dan sebagainya.

2. Strategi investasi

Strategi investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi dan lain sebagainya.

¹⁵Mas min, *pengertian strategi menurut para ahli*<https://www.pelajaran.id/2017/02/pengertian-strategi-menurut-pendapat-para-ahli-terlengkap.html> diunduh pada 2 januari 2019.

¹⁶ SunarjiHarahap, Pengantar manajemen (Medan :Feby Uin- SU Press, 2016), h. 147.

3. Strategi bisnis

Strategi bisnis sering juga disebut dengan strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi, strategi operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan.¹⁷

Sejalan dengan perkembangan konsep manajemen strategik, strategi tidak di definisikan hanya semata-mata sebagai cara untuk mencapai suatu tujuan karena strategi dalam konsep manajemen strategik mencakup juga penetapan berbagai tujuan itu sendiri (melalui berbagai keputusan startegik (*strategic decision*) yang dibuat oleh manajemen perusahaan) yang diharapkan akan menjamin terpeliharanya keunggulan bersaing perusahaan¹⁸.

C. Manajemen Strategi

1. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya yang dibuat oleh pimpinan dan di implementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai suatu tujuan.

Pengertian manajemen strategi menurut beberapa ahli:

- a. Wheelen, manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan manajerial yang mengarah pada penyusunan strategi-strategi efektif untuk mencapai tujuan perusahaan dengan analisis S.W.O.T
- b. Pearce II dan Robinson, manajemen strategi adalah kumpulan dan tindakan yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.

¹⁷Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h 4-7

¹⁸Ismail solihin, *Pengantar Manajemen*. h.69

- c. Roudledge Schuler.RS, manajemen strategi adalah titik temu yang dirumuskan suatu organisasi antara sumberdaya dan keahlian internalnya dan kesempatan serta resiko yang terbentuk melalui lingkungan eksternalnya.¹⁹

2. Tujuan Manajemen Strategi

- a. Meninjau kembali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis yang ada.
- b. Selalu memperbarui strategi yang dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan dan menjawab lingkungan eksternal yang selalu berubah, akan berubah dan terus akan berubah
- c. Melakukan inovasi atas produk agar selalu sesuai dengan selera konsumen dan mengusahakan selalu ada *product development*;
- d. Melaksanakan dan mengevaluasi strategi yang dipilih secara efektif dan efisien
- e. Mengevaluasi kinerja, meninjau dan mengkaji ulang situasi serta melakukan berbagai penyesuaian dan koreksi jika terdapat penyimpangan di dalam pelaksanaan strategi.

3. Manfaat Manajemen Strategi

- a. Dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi perusahaan lebih cepat dan lebih tepat
- b. Menjadi lebih peka dalam menjawab ancaman yang datang dari luar perusahaan
- c. Membuat keputusan terbaik dikarenakan interaksi kelompok mengumpulkan berbagai strategi yang lebih besar
- d. Kerjasama dalam tim karyawan di dalam perumusan strategi akan dapat memperbaiki pengertian mereka atas penghargaan produktivitas di dalam setiap perencanaan strategi dan dengan demikian dapat mempertinggi motivasi kerja mereka.

¹⁹ Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), h. 5-6

- e. Organisasi yang menggunakan konsep manajemen strategi akan lebih profitable (menguntungkan) dan lebih berhasil daripada yang tidak menerapkannya.

Dalam bukunya berjudul *Strategic Management*, John A Pearce II dan Richard B Robinson, Jr diterjemahkan oleh Agus Maulana dalam buku *Manajemen Strategik*, memeringkat manfaat manajemen strategik:

- a. Kegiatan perumusan (formulasi) strategi memperkuat kemampuan perusahaan mencegah masalah. Manajer yang mendorong bawahannya untuk menaruh perhatian pada perencanaan dibantu dalam melaksanakan tanggung jawab pemantauan dan peramalan oleh bawahan yang menyadari perlunya perencanaan strategik.
- b. Keputusan strategik yang didasarkan pada kelompok mungkin sekali dihasilkan dari alternatif terbaik yang ada. Proses manajemen strategic menghasilkan keputusan yang lebih baik karena interaksi kelompok menghasilkan strategi yang lebih beragam dan arena peramalan yang didasarkan pada bermacam-macam spesialisasi anggota kelompok meningkatkan kemampuan menyaring pilihan.
- c. Keterlibatan karyawan dalam strategi meningkatkan pemahaman mereka akan adanya hubungan produktivitas-imbalan di setiap rencana strategik dan dengan demikian mempertinggi motivasi mereka.
- d. Senjang dan tumpang tindih kegiatan di antara individu dan kelompok berkurang karena partisipasi dalam perumusan strategi memperjelas adanya perbedaan peran masing-masing.
- e. Penolakan dalam perubahan berkurang. Meskipun para peserta dalam perumusan strategi mungkin tidak lebih senang dengan keputusan mereka sendiri ketimbang jika keputusan diambil secara otoriter, kesadaran mereka yang lebih besar akan parameter-parameter yang membatasi pilihan membuat mereka lebih mau menerima keputusan ini.²⁰

²⁰ Onni Juwono, “ *Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba (Franchise) (Studi kasus di restoran cepat saji McDonald’s) Periode Oktober- Desember 2011* ”, h. 3-4

D. Perencanaan Strategi

Perencanaan strategi atau *strategic bussiness planning* adalah pendekatan secara teratur dan pragmatis yang dapat digunakan organisasi, baik publik maupun swasta dalam pembuatan keputusan saat ini untuk masa depan. Perencanaan strategi adalah proses pengkaji diri, penetapan tujuan, pengembangan strategi dan monitor kerja. Perencanaan strategi ini akan melahirkan fokus yang akan menuntun organisasi dari sekarang sampai keadaan yang ditargetkan untuk masa depan.²¹

Jika dirumuskan secara sederhana, perencanaan strategi adalah sebuah alat manajemen dan sama dengan setiap alat manajemen, alat itu hanya digunakan untuk satu maksud saja, menolong organisasi memfokuskan visi dan perioritasnya sebagai jawaban terhadap lingkungan yang berubah dan memastikan agar anggota-anggota organisasi itu bekerja ke arah tujuan yang sama.

Pendek kata, perencanaan strategi adalah proses sistemik yang disepakati organisasi dan membangun keterlibatan diantara *stakeholder* utama tentang prioritas yang hakiki bagi misinya dan tanggap terhadap lingkungan operasi. Perencanaan strategi khususnya digunakan untuk mempertajam fokus organisasi, agar semua sumber organisasi digunakan secara optimal untuk melayani misi organisasi itu.

E. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

1. Pengertian UMKM

UMKM didefinisikan dengan cara-cara yang berbeda tergantung pada aspek-aspeknya. Di indonesia, terdapat beberapa definisi UMKM berdasarkan lembaga yang mendefinikannya, diantaranya :

- a. Berdasarkan UU No. 20 tahun 2008 pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah :
 - 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

²¹ Ismail solihin, *Pengantar Manajemen*, h. 16

- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
 - 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.²²
- b. Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan penggunaan jumlah tenaga kerja pada setiap unit usaha yaitu:
- 1) Usaha kecil merupakan unit usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja lima sampai dengan 19 orang.
 - 2) Usaha menengah merupakan unit usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.²³
- c. Beberapa ahli pernah menjelaskan tentang definisi UMKM, diantaranya adalah:
- 1) Menurut Rudjito, pengertian UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya.
 - 2) Menurut Ina Primiana, pengertian UMKM adalah pengembangan empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia, yaitu;
 - 3)

²² UU No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

²³ Kementerian Keuangan, *Laporan tim kajian kebijakan antisipasi krisis tahun 2012 melalui program kur* (Buku tidak diterbitkan), h. 4

- a) Industri manufaktur
- b) Agribisnis
- c) Bisnis kelautan
- d) Sumber daya manusia

Selain itu, Ina Primiana juga mengatakan bahwa UMKM dapat diartikan sebagai pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian untuk mawadahi program prioritas dan pengembangan berbagai sektor dan potensi. Sedangkan usaha kecil merupakan peningkatan berbagai upaya pemberdayaan masyarakat²⁴.

2. Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi faktual yang melekat pada aktifitas usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan bisnisnya. Karakteristik ini yang menjadi ciri pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Usaha mikro kecil merupakan kegiatan usaha yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Usaha – usaha ini umumnya memiliki karakteristik yang hampir sama di setiap wilayah diantaranya memiliki tingkat penghasilan yang rendah, terkelola dengan tidak baik, bahkan dalam beberapa kasus kelompok usaha mikro kecil belum dapat memenuhi kebutuhan dasar seperti gizi, pendidikan, kesehatan, perumahan dan lain-lain.²⁵

Menurut Bank Dunia, UMKM dapat dikelompokkan dalam tiga jenis, yaitu: 1. Usaha Mikro (jumlah karyawan 10 orang); 2. Usaha Kecil (jumlah karyawan 30 orang); dan 3. Usaha Menengah (jumlah karyawan hingga 300 orang).

Dalam perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan dalam empat kelompok, yaitu:

- a. UMKM sektor informal, contohnya pedagang kaki lima

²⁴ Maxmore, “Pengertian UMKM menurut para ahli” <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-umkm.html>. Diunduh pada 30 desember 2018

²⁵ Isnaini Harahap, “*analisis dampak penerapan perbankan syariah terhadap sektor UMKM di sumatera utara*, (Disertasi , Program Doktor Ekonomi Syariah Pascasarjana UINSU, 2016), h.79-80

- b. UMKM Mikro adalah para UMKM dengan kemampuan sifat pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.
- c. Usaha Kecil Dinamis adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise* adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cakap dan telah siap bertransformasi menjadi usaha besar.

Tabel 2. 1

Karakteristik UMKM

Ukuran usaha	Karakteristik
Usaha kecil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap; sewaktu-waktu dapat berganti 2. Tempat usahanya tidak selalu menetap; sewaktu-waktu dapat pindah tempat. 3. Belum melakukan administrasi keuangan yang sederhana sekalipun 4. Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan keuangan usaha 5. Sumberdaya manusia (pengusaha) belum memiliki jiwa wirausaha yang memadai 6. Tingkat pendidikan rata-rata relatif sangat rendah 7. Umumnya belum akses pada perbankan, namun sebagian sudah akses ke lembaga keuangan non bank 8. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP 9. Contoh: Usaha perdagangan seperti kaki lima serta pedagang di pasar

Usaha Kecil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis barang/komoditi yang diusahakan umumnya sudah tetap tidak gampang berubah 2. Lokasi/tempat usaha umumnya sudah menetap tidak berpindah-pindah. 3. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan walau masah sederhana. 4. Keuangan perusahaasn sudah mulai di pisahkan dengan keuangan keluarga. 5. Sudah membuat neraca usaha 6. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP 7. Sumberdaya manusia (pengusaha) memiliki pengalaman dalam berwirausaha 8. Sebagian sudah akses ke perbankan dalam keperluan modal. 9. Sebagian besar belum dapat membuat manajemen usaha dengan baik seperti <i>bussiness planning</i> 10. Contoh pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya
Usaha Menengah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki manajemen dan organisasi yang lebih baik, dengan pembagian tugas yang jelas antara lain, bagian keuangan, bagian pemasaran dan bagian produksi. 2. Telah melakukan manajemen keuangan dengan

	<p>menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan untuk <i>auditing</i> dan penilaian atau pemeriksaan termasuk oleh perbankan</p> <p>3. Telah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan.</p> <p>4. Sudah memiliki persyaratan legalitas antara lain izin tetangga.</p> <p>5. Sudah memiliki akses kepada sumber-sumber pendanaan perbankan</p> <p>6. Pada umumnya telah memiliki sumberdaya manusia yang terdidik dan terlatih.</p> <p>7. Contoh : usaha pertambangan batu gunung untuk kontruksi dan marmer buatan.</p>
--	---

Sumber : Bank Indonesia

Tabel 2.2

Kriteria UMKM berdasarkan Aset dan Omset

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal Rp.50 juta	Maksimal Rp. 300 juta
Usaha kecil	>Rp.50 juta – Rp. 500 juta	>Rp. 300 juta – Rp. 2,5 miliar
Usaha Menengah	>Rp. 500 juta – Rp. 10 miliar	>Rp. 2,5 miliar – Rp. 50 miliar

Sumber : Bank Indonesia

Selain itu, berdasarkan aspek komoditas yang dihasilkan, UMKM juga memiliki karakteristik tersendiri antara lain:

1. Kualitasnya belum standar. Karena sebagian besar UMKM belum memiliki kemampuan teknologi yang memadai. Produk yang dihasilkan biasanya dalam bentuk *handmade* sehingga standar kualitasnya beragam.
2. Desain produknya terbatas. Hal ini dipicu keterbatasan pengetahuan dan pengalaman mengenai produk. Mayoritas UMKM bekerja berdasarkan pesanan, belum banyak yang berani mencoba berkreasi desain baru.
3. Jenis produknya terbatas. Biasanya UMKM hanya memproduksi beberapa jenis produk saja. Apabila ada permintaan model baru, UMKM sulit untuk memenuhinya. Kalaupun menerima, membutuhkan waktu yang lama.
4. Kapasitas dan daftar harga produknya terbatas. Dengan kesulitan menetapkan kapasitas produk dan harga membuat konsumen kesulitan.
5. Bahan baku kurang terstandar. Karena bahan bakunya diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda.
6. Kontinuitas produk tidak terjamin dan kurang sempurna. Karena produksi belum teratur maka biasanya produk-produk yang dihasilkan sering apa adanya.²⁶

Berdasarkan UU No. 20 tahun 2008, kriteria UMKM adalah:

a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- 1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- 1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima

²⁶ Bank Indonesia, *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)* (buku, tidak diterbitkan, 2015), h. 12-15

- ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
- 1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - 2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).
- d. Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden²⁷.

F. Pengembangan UMKM

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan latihan. Edwin B. Flippo mendefinisikan pengembangan sebagai berikut: “Pengembangan adalah berhubungan dengan peningkatan pengetahuan umum dan pemahaman atas lingkungan kita secara menyeluruh”. Sedangkan Andrew F. Sikula mendefinisikan pengembangan sebagai berikut: “ Pengembangan mengacu pada staf atau personel adalah suatu proses pendidikan jangka panjang menggunakan

²⁷ UU No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

suatu prosedur yang sistematis dan terorganisasi dengan mana manajer belajar pengetahuan konseptual dan teoritis untuk tujuan umum”.²⁸

Pengembangan dan pembinaan UMKM perlu dilakukan untuk menumbuhkan kembangkan UMKM di Indonesia menjadi UMKM yang kuat dan tangguh menghadapi segala situasi perekonomian. Pengembangan sektor UMKM bertumpu pada mekanisme pasar yang sehat dan adil. Pihak yang bertanggungjawab dalam pengembangan dan pembinaan UMKM adalah pemerintah, badan usaha dan masyarakat.²⁹

Imsar menyatakan bahwa pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses memperbaiki pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan meningkatkan perluasan usaha serta kualitas dan kuantitas produk dari kegiatan ekonomi dengan menggerakkan pikiran, tenaga dan badan untuk mencapai tujuan.³⁰

Sementara kaitannya dengan pengembangan sektor UMKM ini, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjelaskan bahwa hakikat dari pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui pemberian fasilitas bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tersebut juga dijelaskan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang :

1. Produksi dan pengolahan
2. Pemasaran
3. Sumber Daya Manusia

²⁸Dedy febry, “ *definisi pengembangan*” <http://www.academia.edu /4832768/DEFINISI PENGEMBANGAN>, di unduh pada 6 januari 2019

²⁹Marliyah, “*Strategi pembiayaan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM): studi kasus perbankan syariah di sumatera utara*”,(Disertasi , Program Doktor Ekonomi Syariah Pascasarjana UINSU, 2016), h.89

³⁰Imsar, “*Analisis Strategi Pengembangan Usaha UcoK Durian Medan*”, (Medan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU, Tidak diterbitkan,2018). h. 6-7.

4. Desain dan Teknolgi

Pengembangan usaha tersebut juga melibatkan Dunia Usaha serta Masyarakat dalam berperan serta secara aktif untuk melakukan proses pengembangan tersebut di atas.

G. Konsep Strategi Pengembangan dalam Perspektif Islam

Sejak zaman Rasulullah SAW umat Islam telah menggeluti dunia bisnis dan berhasil. Banyak diantara para sahabat yang menjadi pengusaha besar dan mengembangkan jaringan bisnisnya melewati batas teritorial Mekkah ataupun Madinah. Dengan berlandaskan ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman, mereka membangun kehidupan bisnisnya. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai keislaman. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya, pengembangan sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran secara khusus³¹, sedangkan pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan³². Namun harus dipahami, bahwa praktek-praktek bisnis seharusnya dilakukan setiap manusia, sesuai ajaran Islam yang telah ditentukan batas-batasnya. Oleh karena itu, ajaran Islam yang mendasari cara mengembangkan usaha menurut syariah, antara lain:

1. Niat yang Baik

Niat merupakan pondasi awal dalam melakukan amal perbuatan. Niat yang baik akan menghasilkan amal yang baik. Sebaliknya niat yang buruk akan menghasilkan amal yang buruk juga. Apa yang dikatakan Rasulullah bukan hanya untuk urusan ibadah saja, tetapi juga berlaku untuk urusan muamalah seperti kegiatan berwirausaha. Oleh karena itu, semua wirausaha muslim dituntut agar

³¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, (Jakarta : Balai Pustaka, 2005), h. 1092

³² *Ibid.*, h. 538

aktivitas ekonomi yang ditekuninya selalu berorientasi pada mencari ridha Allah semata.

رَبِّكَ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ الْعَلَمِينَ رَبِّ لَكَ وَمَمَاتِي وَمَحْيَايَ وَنُفْسِي صَلَاتِي إِنَّ قُلَّ
 الْمُسْلِمِينَ أَوَّلُ وَأَنَا أُمِرْتُ بِذَلِكَ لَهُ رُشْدٌ

Artinya: *Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. tiada sekutu bagiNya; dan demikian Itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah)".(QS. Al-An'am: 162-163)³³*

Semakin berkualitas keikhlasan seseorang wirausaha muslim dalam menghadirkan niat untuk semua aktivitasnya, maka pertolongan dan bantuan Allah akan semakin mengalir. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bantuan Allah berjalan seiring dengan persiapan kita (niat) yang terkandung di dalam hati.

2. Berinteraksi dengan akhlak

Akhlak menempati posisi puncak dalam rancang bangun ekonomi Islam, karena inilah yang menjadi tujuan Islam dan dakwah para nabi, yaitu untuk menyempurnakan akhlak. Beberapa akhlak dasar yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha muslim antara lain:

- a. Jujur
- b. Amanah
- c. Toleran
- d. Menepati janji

3. Percaya pada takdir dan ridha

Seorang wirausaha muslim wajib mengimani/percaya pada takdir, baik atau buruk. Tidak sempurna keimanan seseorang tanpa mengimani takdir Allah. Setelah percaya dengan takdir, maka ia pun harus berdzikir dan bersyukur bila menerima keuntungan dalam hartanya dan tidak akan bergembira secara berlebihan-lebihan, sebagaimana diingatkan Allah dalam firmanNya:

³³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 201.

أَذْكُرُوا الْيُنْدِرَ كُمْ مِّنْكُمْ رَّجُلٍ عَلَىٰ رَّبِّكُمْ مِّنْ ذِكْرٍ جَاءَكُمْ أَن أَوْعَجِبْتُمْ
 ۞ الْآءَ فَادْكُرُوا بَصْطَةَ الْخَلْقِ فِي وَزَادَكُمْ نُوحٍ قَوْمٍ بَعْدَ مِنْ خُلَفَاءَ جَعَلَكُمْ إِذْ
 تَفْلِحُونَ لَعَلَّكُمْ اللَّهُ

Artinya: Apakah kamu (tidak percaya) dan heran bahwa datang kepadamu peringatan dari Tuhanmu yang dibawa oleh seorang laki-laki di antaramu untuk memberi peringatan kepadamu? dan ingatlah oleh kamu sekalian di waktu Allah menjadikan kamu sebagai pengganti-pengganti (yang berkuasa) sesudah lenyapnya kaum Nuh, dan Tuhan telah melebihkan kekuatan tubuh dan perawakanmu (daripada kaum Nuh itu). Maka ingatlah nikmat-nikmat Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. (QS.Al- A'raf: 69)³⁴

4. Kerja sebagai ibadah

Islam memposisikan bekerja sebagai kewajiban kedua setelah sholat. Oleh karena itu apabila dilakukan dengan ikhlas, maka bekerja bernilai ibadah dan mendapat pahala. Dengan bekerja kita tidak saja menghidupi diri kita sendiri, tetapi juga menghidupi orang-orang yang ada dalam tanggungan kita bahkan bila kita sudah berkecukupan dapat memberikan sebagian dari hasil kita untuk menolong orang lain yang memerlukan.

5. Menjaga aturan syari'ah

Islam memberikan keleluasaan kepada kita untuk menjalankan usaha ekonomi, perdagangan atau bisnis apapun sepanjang bisnis (perdagangan) itu tidak termasuk yang diharamkan oleh syariah Islam,³⁵ sebagaimana hadits Rasulullah SAW berikut:

قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya: Rasulullah ditanya, "Wahai Rasulullah, pekerjaan apakah yang paling baik?" Beliau menjawab, "Pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap perniagaan yang baik." (HR. Ahmad dan Al Bazzar; shahih lighairihi)³⁶

³⁴ Ibid., h. 213.

³⁵ Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, (Banjamasin: Antasari Press, 2011), h.17 - 24

³⁶ Imam Al- Hafidz Ibnu Hajar Al-'Asqalanny, *Bulughul Maram Five In One*, (Jakarta: Noura, 2017), h. 456.

H. Kajian Terdahulu

Berikut ini di deskripsikan dalam Tabel 2.3 tentang beberapa penelitian terdahulu sebagai pendukung dalam penelitian ini.

Tabel 2.3

Kajian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Metode analisis	Hasil penelitian
1.	Sundari Pratiwi (2016)	Strategi Pemberdayaan UMKM Sektor Peternakan Ayam Organik (Studi Pada Koperasi Hidayah Sumatera Utara). (2016)	Pada penelitian ini digunakan jenis penelitian lapangan (<i>field research</i>) yaitu penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi pada kelompok masyarakat. Dengan pendekatan deskriptif-kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan terfokus pada suatu kasus tertentu untuk	Pemberdayaan yang dilakukan oleh Koperasi Hidayah adalah dengan memberikan pengetahuan dan pengawasan serta solusi kepada pembudidayaan ayam organik di Medan. Beberapa faktor kegagalan pembudidayaan ayam organik di Medan adalah kualitas bibit yang kurang baik. Selain itu kurangnya sosialisasi dan kurangnya pemahaman masyarakat akan kesehatan juga menyebabkan kegagalan dalam membudidayakan ayam

			diamati dan dianalisis dengan cermat sampai tuntas.	organik di Kota Medan. ³⁷
2.	Siti Romsinah Harahap (2017)	Strategi Pengembangan Usaha Tani Kelapa Sawit di Desa Marsonja Kecamatan Labuhan Batu Selatan	Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian berbentuk deskriptif. Dimana penelitian ini berisi kutipan-kutipan data dalam menyajikan laporan. Data ini berasal dari wawancara, catatan lapangan, foto atau dokumentasi lainnya.	Faktor-faktor internal yang mempengaruhi strategi usaha petani kelapa sawit di Desa Marsonja Kecamatan Labuhan Batu Selatan adalah kekuatan dalam bentuk kondisi tanah dan cuaca yang mendukung untuk pengembangan tanaman kelapa sawit, lahan milik sendiri dan memiliki sarana transportasi yang lancar. Dan strategi yang dijalankan petani dalam mengembangkan usahanya adalah meningkatkan kualitas buah kelapa sawit, memilih kondisi alam, memperluas lahan, mengadakan pelatihan

³⁷ Sundari Pratiwi, “Strategi Pemberdayaan UMKM Sektor Peternakan Ayam Organik (Studi Pada Koperasi Hidayah Sumatera Utara)”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU, 2016), h. 65

				dan menggunakan teknologi. ³⁸
3.	Maulida Rusdiana (2016)	Strategi Dinas Koperasi, UKM, perindustrian, perdagangan dan ESDM Kabupaten Sidoarjo untuk Meningkatkan daya saing UKM batik pada sentra UKM kampoeng Batik Jetis Sidoarjo	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan tipe penelitian deskriptif dengan strategi studi kasus dengan teknik penentuan informan secara <i>purposive sampling</i> dan <i>snowball sampling</i> . Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumen. Data yang diperoleh kemudian dianalisis	Strategi yang digunakan Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan ESDM adalah strategi pengembangan pasar dan dioperasionalkan dengan strategi fungsional. Strategi tersebut diimplementasikan melalui kebijakan dan program sebagai berikut: 1) Memberikan pelatihan tentang pemasaran, mengikutsertakan dalam pameran, promosi, dan misi dagang serta memberikan kemudahan dalam mendapatkan bantuan modal untuk meng-

³⁸ Siti Romsinah Harahap, *Strategi Pengembangan Usaha Tani Kelapa Sawit di Desa Marsonja Kecamatan Labuhan Batu Selatan* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU, 2017), h. 58.

			<p>dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber.</p>	<p><i>upgrade</i> kondisi faktor. 2) Mengenalkan dan memberikan informasi kepada konsumen melalui berbagai kegiatan pameran, promosi, dan misi dagang serta menetapkan kebijakan wajib batik kepada pegawai instansi pemerintah untuk meng-<i>upgrade</i> kondisi permintaan. 3) Melakukan promosi melalui pameran dan media baik cetak maupun elektronik dalam kaitannya dengan industry terkait dan industry pendukung. 4) Menjalin kerjasama dengan pihak-pihak terkait antara lain Bank Jatim sebagai mitra dalam pemberian dana bergulir, Maskapai Lion Air sebagai salah satu mitra dalam publikasi, dan bersama</p>
--	--	--	--	--

				Bappeda melakukan kerjasama dengan konsultan dari Belanda dalam pendampingan UKM. ³⁹
4.	Ali Zaenal Abidin (2017)	Strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan	Pada penelitian ini digunakan pendekatan Kualitatif. Dimana penulis menggunakan wawancara, observasi langsung ke lapangan dan analisis bahanbahan tertulis sebagai sumber data utama.	Strategi Pengembangan UMKM Kota Tangerang Selatan oleh Dinas Koperasi dan UKM Tangerang Selatan sudah cukup baik. Pengembangan UMKM yang selama ini berbentuk pelatihan, bimbingan teknis maupun workshop kewirausahaan yang diikuti oleh para pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan sudah memberikan efek positif bagi beberapa pelaku UMKM, walaupun

³⁹ Maulida Rusdiana. "Strategi Dinas Koperasi, UKM, perindustrian, perdagangan dan ESDM Kabupaten Sidoarjo untuk Meningkatkan daya saing UKM batik pada sentra UKM kampoeng Batik Jetis Sidoarjo", Dalam Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik, Vol 4, No. 1, Januari- April 2016, h. 11.

				<p>belum semua UMKM mampu mengimplementasikan apa yang sudah diberikan saat pelatihan yang di adakan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan.⁴⁰</p>
5.	<p>Senen Machmud dan Iwan Sidharta (2013)</p>	<p>Model Kajian Pendekatan Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Sektor UMKM di Kota Bandung</p>	<p>Pada penelitian ini digunakan pendekatan Kualitatif. Dimana penulis menggunakan wawancara dan observasi langsung ke lapangan</p>	<p>perkembangan usaha kecil menengah (UKM) di Kota Bandung dapat dilakukan dengan pendekatan staregik dengan mengkaji terlebih dahulu faktorfaktor yang mempengaruhi usaha kecil menengah (UKM) kemudian melakukan analisis terhadap keunggulan UMKM</p>

⁴⁰ Ali Zaenal Abidin. “ *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dinas Koperasi dan UKM Kota Tnggerang Selatan*”. Dalam Prosiding Seminar Nasional, Pascasarjana Universitas Pamulang, Juli 2017, h. 474.

				<p>dan kesuksesan UMKM kemudian</p> <p>dilakukan analisis SWOT kelemahan, yang pada akhirnya dilakukannya suatu rumusan konsep pengembangan UMKM dan tujuan serta sasaran yang ingin dicapai sehingga diperoleh strategi pengembangan UMKM dengan mengeluarkan suatu kebijakan mengenai perkembangan UMKM, program pengembangan UMKM, dan kegiatan pengembangan UMKM.⁴¹</p>
--	--	--	--	--

⁴¹ Senen Machmud. *Model Kajian Pendekatan Manajemen Strategik dalam Peningkatan Sektor UMKM di Kota Bandung*, h. 64.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Sundari Pratiwi dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini adalah penelitian terdahulu membahas tentang pemberdayaan UMKM pada Sektor Peternakan Ayam Organik oleh Koperasi Hidayah Sumatera Utara, sedangkan penelitian ini membahas tentang pengembangan sektor UMKM oleh Dinas Koperasi. Persamaan kedua penelitian adalah sama – sama menggunakan analisis data SWOT.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Siti Romsinah Harahap dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini adalah penelitian terdahulu membahas tentang strategi pengembangan Usaha Kelapa Sawit sedangkan penelitian ini membahas tentang UMKM yang dibina oleh Dinas Koperasi. Persamaan kedua penelitian adalah sama- sama menggunakan analisis data SWOT dan memfokuskan dalam sisi pengembangan.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Maulida Rusdiana dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini adalah penelitian terdahulu memfokuskan pada pengembangan UKM batik. Sedangkan persamaan dari kedua penelitian ini adalah sama-sama memfokuskan pada sisi pengembangan usaha oleh Dinas Koperasi

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ali Zaenal Abidin dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini adalah penelitian terdahulu membahas pengembangan UMKM di Kota Tangerang sedangkan penelitian ini membahas pengembangan UMKM di Kabupaten Langkat. Persamaan kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengembangan UMKM oleh Dinas Koperasi.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Senen Machmud dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini adalah penelitian terdahulu membahas Model Kajian Pendekatan Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Sektor UMKM sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang pengembangan UMKM oleh Dinas Koperasi. Persamaan kedua penelitian ini adalah sama- sama membahas tentang pengembangan dalam sektor UMKM.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Bentuk pendekatan penelitian yang digunakan penulis adalah pendekatan yang bersifat kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada *generalisasi*.⁴²

Penelitian kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati. Kualitatif berarti sesuatu yang berkaitan dengan aspek kualitas, nilai atau makna yang terdapat dibalik fakta. Kualitas, nilai atau makna hanya dapat diungkapkan dan dijelaskan melalui linguistik, bahasa dan kata-kata.⁴³

B. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dinas Koperasi dan UKM kabupaten Langkat. Alasan peneliti memilih lokasi ini adalah peneliti melihat betapa besarnya potensi UMKM di Kabupaten Langkat, tentu saja ini dapat meningkatkan perekonomian daerah. Hal ini tidak lepas dari campur tangan Dinas Koperasi dan UKM sebagai stakeholder untuk mengembangkan potensi UMKM dengan strategi-strategi yang diterapkan.

C. Subjek penelitian

Adapun yang menjadi subjek dari penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkait dengan proses kegiatan dalam pengembangan UMKM di Dinas Koperasi dan UKM kabupaten Langkat. Adapun pihak- pihak yang terkait diantaranya :

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 9.

⁴³ Muh fitrah M.Pd dan Dr. lutfiyah M.ag , *Meodologi penelitian (penelitian kualitatif, tindakan kelas dan studi kasus)* (Sukabumi : jejak,2017), h. 44.

1. Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat
2. Kepala Bidang UKM
3. Para pelaku usaha yang mendapatkan bantuan hibah dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat

D. Teknik pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah dengan melakukan metode pengumpulan data dari primer dan data sekunder oleh peneliti kepada Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat.

1. Teknik pengumpulan Data Primer

Merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian, dimana teknik ini dapat dilakukan dengan cara :

- a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.⁴⁴

- b. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, walaupun wawancara dan koesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada objek-objek alam yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.⁴⁵

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, h. 140

⁴⁵ *Ibid.*, h. 145

2. Teknik pengumpulan data sekunder

Adapun yang dilakukan sang peneliti dari teknik pengumpulan data sekunder merupakan teknik kepustakaan dan dokumentasi. Adapun kepustakaan dan dokumentasi adalah:

a. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan salah satu dari teknik pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku, literatur, internet dan sumber-sumber terpercaya yang terkait dengan penelitian ini.

b. Studi dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental.⁴⁶

E. Teknik Analisis data

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika untuk merumuskan kekuatan (*stength*) dan peluang (*opportuniti*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treatment*) merupakan faktor-faktor strategi perusahaan yang harus dianalisis dalam kondisi yang ada pada saat ini.⁴⁷ Proses pengambilan keputusan strategi akan selalu berhubungan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan.

Dengan demikian perencanaan strategi (*stategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

1. MatriksEFE (*External Factor Evaluation*)

Menurut David, ada lima tahap penyusunan *Matriks External Factor Evaluation* (EFE):

a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.

⁴⁶M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grub, 2007), h. 117.

⁴⁷Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, h.31.

- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan mampu memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah bobot harus sama dengan 1,0.
- c. Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektifitas strategi perusahaan, maka nilainya berdasarkan dengan kondisi perusahaan.
- d. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- e. Jumlahkan semua score untuk mendapatkan nilai total score perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi eksternalnya.

Sudah tentu dalam dalam EFE *Matrix*, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengidentifikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman eksternal.⁴⁸

2. MatriksIFE (*Internal Factor Evaluation*)

Menurut David, ada lima tahap penyusunan *Matriks Intenal Factor Evaluation* (IFE):

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting), sampai dengan 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat paling relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam industri. Tanpa harus melihat apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam

⁴⁸David dan Fred R, *Manajemen Strategi: konsep-konsep*, (Jakarta: INDEKS Kelompok Gramedia, 2006), h.143.

kinerja organisasi akan diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.

- c. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 3) dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi, sebenarnya rating mengacu kepada perusahaan sedangkan bobot mengacu kepada industri dimana perusahaan berada.
- d. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- e. Jumlahkan total skor masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor diasumsikan dalam *Matriks IFE*, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata di bawah 2,5 menandakan secara internal perusahaan lemah, namun apabila total diatas 2,5 mengidentifikasikan posisi internal yang kuat.⁴⁹

3. Matriks IFAS (*Internal Analysis Summary*)

Menurut Davis, ada lima tahap penyusunan *Matriks Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) :

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan.
- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh sangat besar adalah kinerja organisasi harus diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- c. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar

⁴⁹*Ibid.*, h. 206

(rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3) dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi, sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.

- d. Kalikan masing-masing bobot sama dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- e. Jumlahkan total skor masing-masing variabel.

Berapapun banyaknya faktor diasumsikan dalam matriks IFE, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata di bawah 2,5 menandakan secara internal perusahaan lemah, sedangkan total diatas 2,5 mengidentifikasi posisi internal yang kuat.

4. Matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Menurut David, ada lima penyusunan *Matriks External Factor Analysis Summary* (EFAS) :

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan.
- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- c. Berikan rating 1 sampai 4 untuk masing-masing faktor, 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata) dan 1 (respon dibawah rata-rata). Reting ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- d. Kalikan masing-masing bobot sama dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- e. Jumlahkan total skor masing-masing variabel untuk mendapatkan nilai total score perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Sudah tentu bahwa dalam EFAS Matriks, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0. Total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar industrinya. Total score sebesar 1,0 menunjukkan strategi dalam perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

5. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternative strategi yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1
Matriks Analisis SWOT

<i>IFAS</i>	<i>STRENGTH</i>	<i>WEAKNESS</i>
<i>EFAS</i>	Tentukan faktor kekuatan internal	Tentukan faktor kelemahan internal
<i>OPPORTUNITY</i>	<i>STRATEGI SO</i>	<i>STRATEGI WO</i>
Tentukan faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>THREAT</i>	<i>STRATEGI ST</i>	<i>STRATEGI WT</i>
Tentukan faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang menimbulkan kelemahan untuk menghindari ancaman

a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran para eksekutif perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki suatu perusahaan untuk mengatasi segala ancaman eksternal.

c. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

d. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini juga didasarkan pada aktivitas yang sifatnya *defensive* dan berusaha menghindari segala kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan yang di jalankan.

6. Kuadran SWOT

Gambar 3.2
Kuadran SWOT

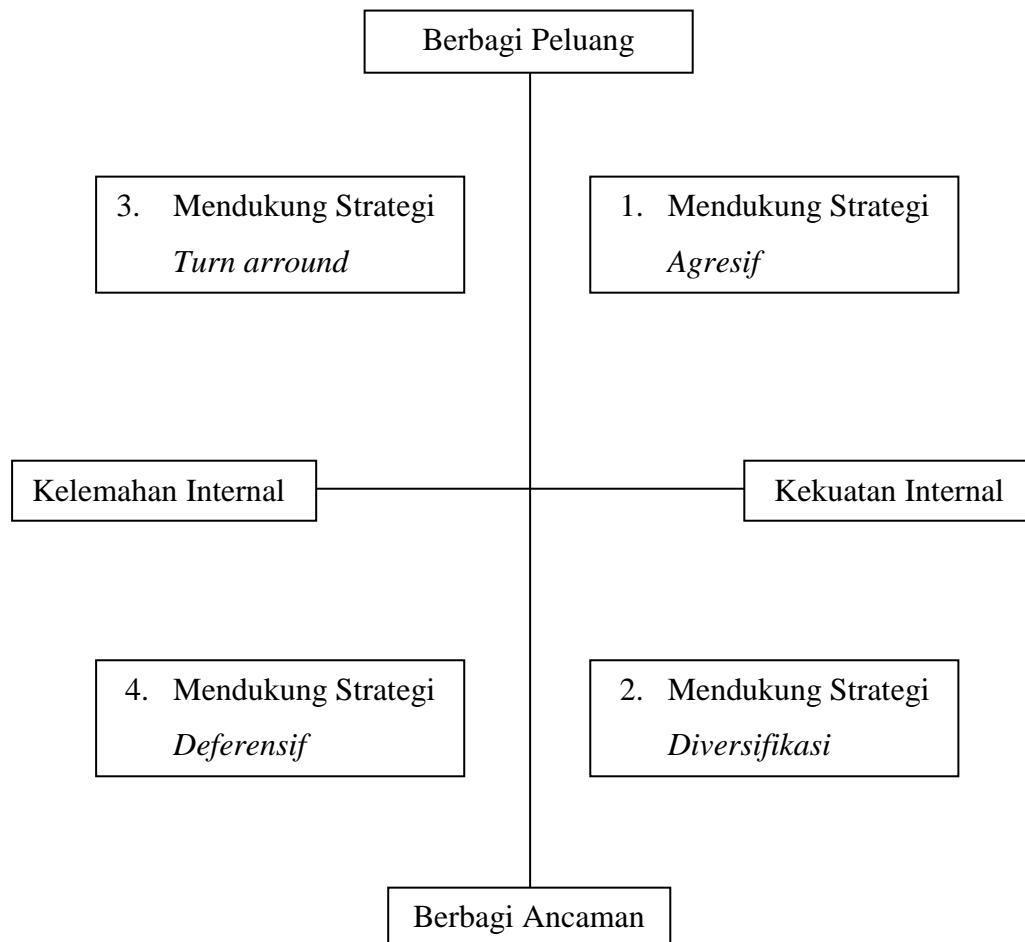


Diagram analisis SWOT pada gambar di atas mampu menghasilkan empat kuadran yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Kuadran 1 : Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini ialah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan

adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi didisisi pihak lain ia juga menghadapi kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang jauh lebih besar.

Kuadran 4 : Ini merupakan kondisi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan menghadapi berbagai ancaman dari luar dan kelemahan internal.⁵⁰

⁵⁰*Ibid*, h. 20.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat

1. Sejarah Singkat Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat

Pembentukan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) didasarkan dengan mengacu pada Pasal 33 ayat 1 yang menyatakan bahwa perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Selain itu, pada Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPRRI/1998 tentang Politik Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Sebagai implementasi dari Undang - Undang serta TAP MPR RI tersebut, maka Pemerintah Kabupaten Langkat mendirikan Dinas Koperasi dan UKM sebagai instansi yang bertugas menangani pengembangan sektor Koperasi serta unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah adalah unsur pelaksana pemerintah daerah di bidang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, dipimpin oleh seorang kepala dinas yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah mempunyai tugas menyelenggarakan sebagian urusan rumah tangga daerah di bidang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah serta tugas pembantuan yang diberikan oleh Pemerintah. Fungsi dinas Koperasi dan UKM adalah sebagai berikut:

- a. Pelaksanaan perumusan kebijakan teknis dibidang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah
- b. Pemberian perizinan dan pelaksanaan pelayanan umum dibidang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah.
- c. Pembinaan teknis di bidang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah
- d. Pembinaan unit pelaksana teknis dinas

- e. Pengelolaan urusan ketatausahaan dinas
- f. Pelaksanaan tugas lain di bidang Koperasi dan Usaha Kecil Menengah sesuai kebijakan yang ditetapkan oleh bupati.

2. Visi dan Misi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat

a. Visi

“Terwujudnya koperasi, usaha kecil sebagai penggerak ekonomi kerakyatan yang maju, mandiri dan berdaya saing”

b. Misi

- 1) Meningkatkan profesionalisme aparatur
- 2) Memantapkan dukungan kepada koperasi, usaha mikro, kecil dan Menengah

3. Struktur Organisasi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat

Di Koperasi Kabupaten Langkat terdapat struktur organisasi yang disusun dalam bentuk bagan, ialah sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Koperasi dan UKM Kab. Langkat

a. Pembagian Tugas dan Tanggungjawab

Penjelasan pada bagian pembagian tugas dan tanggungjawab akan dijabarkan secara sekaligus dengan dimulai pada jabatan tertinggi hingga kepada subbagian yang ada dalam naungan jabatan tertinggi tersebut. Adapun untuk penjelasannya ialah sebagai berikut:

1. Kepala Dinas

Kepala Dinas mempunyai tugas:

- a) Menyusun rencana dan program kerja Dinas.
- b) Mengkoordinasikan penyusunan rencana dan program kerja Dinas.
- c) Merumuskan kebijakan umum Dinas serta menyelenggarakan administrasi berdasarkan kewenangan.
- d) Mendistribusikan tugas kepada bawahan.
- e) Menilai prestasi kerja bawahan.
- f) Menyediakan dukungan kerjasama antar Kabupaten/Kota.
- g) Melakukan pengendalian terhadap pelayanan umum.
- h) Membina bawahan dalam pencapaian Program Dinas.
- i) Melaksanakan pembinaan umum dan pembinaan teknis.
- j) Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang ditugaskan oleh atasan.
- k) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada Gubernur melalui Sekretaris Daerah.

2. Sekretariat

Sekretariat mempunyai tugas :

- a) Menyusun rencana dan program kerja kesekretariatan.
- b) Mengkoordinasikan program kerja masing-masing sub bagian.
- c) Mengkoordinasikan para Kepala Sub Bagian.
- d) Menilai prestasi kerja bawahan.
- e) Membimbing dan memberi petunjuk kepada Kepala Sub Bagian dan bawahan.
- f) Melakukan koordinasi dengan para Kepala Bidang dan Kepala UPT.
- g) Menyelenggarakan kegiatan kesekretariatan berdasar rencana kerja yang telah disusun.

- h) Melaksanakan dan mengawasi kegiatan pengelolaan urusan umum dan kepegawaian, penyusunan program dan keuangan.
 - i) Menghimpun dan menyusun rencana kerja dan program pembangunan bidang perindustri dan perdagangan.
 - j) Melaksanakan system pengendalian intern.
 - k) Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang ditugaskan oleh atasan.
 - l) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada Kepala Dinas.
3. Subbagian Keuangan dan Penyusunan Program

Subbagian Keuangan Dan Penyusunan Program mempunyai tugas :

- a) Menyusun rencana dan program kerja Sub Bagian.
- b) Memberikan petunjuk kepada bawahan.
- c) Menilai prestasi kerja bawahan.
- d) Melaksanakan penatrusuhan keuangan.
- e) Melaksanakan pengurusan gaji pegawai dan tunjangan lainnya.
- f) Melaksanakan kontrol keuangan.
- g) Menyusun dan menyampaikan laporan pertanggungjawaban keuangan.
- h) Melaksanakan system pengendalian intern.
- i) Melaksanakan tugas kedinasan lainnya yang ditugaskan oleh atasan.
- j) Melaporkan hasil pelaksanaan tugas kepada Sekretaris.
- k) Mengkoordinasikan penyiapan bahan dan data rencana kerja dan anggaran Dinas.
- l) Mengkoordinasikan penyusunan anggaran/pembiayaan pembangunan;
- m) Melakukan monitoring pelaksanaan anggaran.
- n) Menghimpun bahan kebijakan sebagai masukan dalam penyusunan Rencana Strategik (RENSTRA) Dinas.
- o) Menghimpun bahan dan penyusunan Laporan Akuntabilitas Instansi Pemerintah (LAKIP).

4. Subbagian Umum Dan Kepengawasan

- a) Menyusun bahan penyelenggaraan mutasi, pengembangan karir, kesejahteraan dan disiplin pegawai dan pengelolaan administrasi kepegawaian lainnya.
- b) Menyusun bahan penyelenggaraan pembinaan kelembagaan, ketatalaksanaan dan rumah tangga.
- c) Melaksanakan administrasi, dokumentasi peraturan perundang-undangan, kearsipan dan keperpustakaan.
- d) Mengelola perlengkapan dinas.
- e) Melaksanakan pengelolaan rumah tangga, keteriban, keindahan serta keamanan kantor.
- f) Melaksanakan penyusunan rencana rencana kebutuhan sarana dan prasarana, pengurusan rumah tangga, pemeliharaan/perawatan lingkungan kantor, pegawai/perawatan lingkungan kantor, kendaraan dan aset lainnya serta ketertiban, keindahan dan keamanan kantor.
- g) Melaksanakan koordinasi dengan unit kerja terkait.
- h) Menyusun laporan kegiatan di bidang tugasnya.
- i) Melaksanakan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan terkait dengan tugas dan fungsinya.

5. Bidang Koperasi

Bidang Koperasi mempunyai tugas:

- a) Merumuskan dan menyusun rencana kegiatan dibidang koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah.
- b) Melaksanakan koordinasi dan sinkronisasi penerapan kebijakan dibidang koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah.
- c) Melaksanakan pembinaan serta pengembangan dibidang koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah.
- d) Melaksanakan monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan dibidang koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah.
- e) Menyusun laporan pelaksanaan kebijakan dibidang koperasi, usaha mikro, kecil dan menengah.

- f) Melaksanakan fungsi lainnya yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

6. Bidang Usaha Kecil Menengah

Bidang Usaha Kecil Menengah mempunyai tugas:

- a) Menyiapkan bahan penyusunan rencana kerja dan program dibidang usaha mikro dan kecil.
- b) Menyiapkan bahan dalam pemberian petunjuk teknis dibidang usaha mikro dan kecil.
- c) Menyiapkan bahan pelaksanaan koordinasi dan sinkronisasi penerapan kebijakan dibidang usaha mikro dan kecil.
- d) Menyiapkan bahan dan personil untuk penyuluhan dan pembinaan usaha mikro dan kecil.
- e) Menyiapkan bahan koordinasi kepemilikan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUKM).
- f) Menyiapkan bahan fasilitas usaha mikro dan kecil dalam konsultasi usaha di Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT).
- g) Menyiapkan bahan perumusan pembinaan kerjasama dan kemitraan usaha mikro dan kecil.
- h) Menyiapkan bahan fasilitas pengembangan pemasaran, promosi dan jaringan distribusi serta teknologi.
- i) Menyiapkan bahan pelaksanaan monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan dibidang usaha mikro dan kecil.
- j) Melaksanakan fungsi lainnya yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

7. Bidang Pengawasan Koperasi

Bidang Pengawasan Koperasi mempunyai tugas:

- a) Menyelenggarakan koordinasi penyusunan dan menghimpun bahan kebijakan teknis pengawasan dan pemeriksaan koperasi.
- b) Menyelenggarakan fasilitas pengawasan dan pemeriksaan koperasi.
- c) Menyelenggarakan kerjasama teknis pengawasan dan pemeriksaan koperasi dalam peningkatan kualitas usaha dan kelembagaan koperasi.

- d) Menyelenggarakan evaluasi dan pelaporan bidang.
- e) Menyelenggarakan fungsi lain sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya.

b. Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah Tenaga Kerja yang ada di Dinas Koperasi Kabupaten Langkat sebanyak 49 orang terdiri:

Tabel 4.2

Jumlah Tenaga Kerja di Dinas Koperasi dan UKM Kab Langkat

No	NAMA	STATUS	JABATAN
I	KEPALA DINAS		
1	Drs. T. M. Auzai	PNS	Kepala Dinas
II	SEKRETARIS		
2	Drs. H. Irham Sukri	PNS	Sekretaris
3	Drs. Saidil Anwar	PNS	Kasubbag Umum
4	Zulham, SH	PNS	Kasubbag Keuangan
5	Hasbullah, SE	PNS	Staf
6	Minarni, SE	PNS	Staf
7	Sumedi, SE	PNS	Staf
8	Basuki Helman	PNS	Staf
9	Rusli	PNS	Staf
10	Fitria Sari, A.Md	Honorar	Operatur Komputer
11	Dela Maya Azlina	Honorar	Administrasi Perkantoran
12	Junaidi, S.Kom	Honorar	Tenaga Pendamping Jaringan Komputer
13	M. Falzi Farabi	Honorar	Tenaga Jaringan Komputer
14	Fajar Septia Ro'i	Honorar	Tenaga Perkantoran
15	Andre Anangga Prabowo	Honorar	Caraka
16	Muhammad Abram	Honorar	Supir
17	Iwan Sugianto, S.Pd.i	Honorar	Petugas Jaga Malam

18	Sumarti	Honoror	Petugas Kebersihan
19	Zahriansyah	Honoror	Petugas Kebersihan
III	BID. KOPERASI		
20	Gilbert Agustinus Sinaga, SH	PNS	Kepala Bidang Koperasi
21	Nurhani, SP	PNS	KASI. Penyuluhan Pendidikan Pelatihan
22	Fernandos Alfalah S, SH	PNS	KASI. Bina Usaha
23	Amansah Putra Sitepu, ST	PNS	KASI. Bina Lembaga
24	Sulastri	PNS	Staf
25	T. Khafiza Khairi, SH	Honoror	Satuan Pengamanan
26	Novira Annisa Lubis	Honoror	Operator Komputer
27	M. Irfan Ansari nasution	Honoror	Tenaga Programer
IV	BID. USAHA KECIL MENENGAH		
28	Drs. Jamal Ritonga	PNS	Kepala Bidang UKM
29	Taruli Pardamean	PNS	KASI. Kemitraan dan Fasilitasi
30	Fitri Suheni, SE	PNS	KASI. Kewirausahaan dan Teknologi
31	Burham, SE	PNS	KASI. Informasi dan Pemasaran
32	Suardi D	PNS	Staf
33	Mugianto	PNS	Staf
34	Wahyuni Ramdhani	Honoror	Operator Komputer
35	Nurkamariza Purnama	Honoror	Tenaga Administrasi Perkantoran
36	Sendi Pramanca Aruan	Honoror	Satuan Pengamanan
V	BID. PENGAWASAN KOPERASI		
37	D. Suriono, S.Pd	PNS	Kepala Bidang Pengawasan Koperasi
38	Ir. Agus Saman	PNS	KASI. Pengawasan

			UMKM
39	Ir. Zulinda	PNS	KASI. Pengawasan Simpan Pinjam
40	Muhammad Rafi P, SE	PNS	KASI. Pengawasan Koperasi
41	Aidil Umar, SE	PNS	Staf
42	Tugino	PNS	Staf
43	Fitriani	Honorer	Operator Komputer
44	Nanda Prasetyo	Honorer	Tenaga Pendamping Program
45	Desi Rahmadani	Honorer	Tenaga Administrasi Perkantoran
VI	HONORER PEMPROV SUMUT		
46	Muhammad Taufik L. Batu, A.Md	Honorer	PPKL
47	Widya Pratiwi, A.Md	Honorer	PPKL
48	Sari Rahma Dina Nasution, SE	Honorer	PPKL
49	Dara Anzelina Sagala, SE	Honorer	Pendamping KUMKM
50	Helmi Nastika Sari Nasution, S.Pd	Honorer	Pendamping KUMKM

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat

c. Jumlah Sektor Koperasi dan UMKM di Kabupaten Langkat

1) Sektor Koperasi

Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan jumlah koperasi unit Desa menurut Kecamatan:

Tabel 4.3

No	Jumlah Koperasi Unit Desa Menurut Kecamatan						
	2013 – 2018						
	Kecamatan	2013	2014	2015	2016	2017	2018

1	Bahorok	2	2	2	2	2	2
2	Serapit	-	-	-	-	-	-
3	Salapian	3	3	3	3	3	3
4	Kutambaru	-	-	-	-	-	-
5	Sei Bingai	3	3	3	3	3	3
6	Kuala	1	1	1	1	1	1
7	Selesai	2	2	2	2	2	2
8	Binjai	1	1	1	1	1	1
9	Stabat	2	2	2	2	2	2
10	Wampu	1	1	1	1	1	1
11	Batang Serangan	-	-	-	-	-	-
12	Sawit Sebrang	-	-	-	-	-	-
13	Padang Tualang	5	5	5	5	5	5
14	Hinai	2	2	2	2	2	2
15	Secanggang	4	4	4	4	4	4
16	Tanjung Pura	4	4	4	4	4	4
17	Gebang	1	1	1	1	1	1
18	Babalan	1	1	1	1	1	1
19	Sei Lapan	3	3	3	3	3	3
20	Brandan Barat	1	1	1	1	1	1
21	Besitang	3	3	3	3	3	3
22	Pangkalan Susu	4	4	4	4	4	4
23	Pematang Jaya	1	1	1	1	1	1
<i>Jumlah / Total</i>		44	44	44	44	44	44

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat

2) Sektor UMKM

Berikut ini merupakan tabel yang menunjukkan jumlah UMKM berdasarkan jenis usaha pada Kabupaten Langkat:

Tabel 4.4

Jumlah UMKM berdasarkan Jenis Usaha

No.	Jenis Usaha	Jumlah (unit)
1.	UMKM jenis kuliner	4.191
2.	UMKM jenis perdagangan	28.273
3.	UMKM jenis pertambangan	851
4.	UMKM jenis industry	1.670
5.	UMKM jenis pertanian	4.987
6.	UMKM jenis jasa	2.496
7.	UMKM jenis lainnya	3.694

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat

B. Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dalam pengembangan sektor UMKM

Dalam rangka pengembangan sektor UMKM, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat melaksanakan beberapa program kegiatan yang merupakan implikasi dari strategi yang telah ditetapkan. Strategi yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat pada dasarnya merupakan strategi yang berasal dari kebijakan pemerintah pusat, dalam hal ini adalah Kementerian Koperasi dan UKM. Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat hanya melaksanakan apa yang telah ditetapkan dari tingkat pusat. Akan tetapi, tidak semua strategi tersebut diterapkan di Kabupaten Langkat. Hal ini disebabkan karena pelaksanaan strategi tersebut disesuaikan dengan kondisi di daerah serta

tersedianya anggaran yg dialokasikan. Berikut ini beberapa strategi yang pengembangan UMKM yang selanjutnya diimplementasikan lebih lanjut kedalam program dan kegiatan, diantaranya:

1. Strategi Perkuatan (Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha bagi UMKM)

Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan kemampuan para pelaku usaha dalam memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya terutama sumber daya lokal. Sasaran program ini adalah meningkatnya penataan kelembagaan, permodalan, dan pemasaran bagi UMKM sehingga terwujud pelaku usaha yang kuat. Untuk mencapai sasaran tersebut maka ditetapkan program dengan kegiatan penyelenggaraan Promosi produk.

Salah satu masalah besar yang dihadapi dalam pengembangan UMKM adalah rendahnya akses UMKM terhadap pasar. Maka dari itu, Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat memberikan bantuan kepada UMKM dalam memperkenalkan dan memasarkan produkproduknya melalui penyelenggaraan promosi produk UMKM. Melalui pameran produk UMKM ini diharapkan para pengelola UMKM di Kabupaten Langkat semakin aktif dan selektif dalam menampilkan produk- produknya dengan mutu, desain, dan harga yang semakin bersaing dengan produk- produk dari daerah lain, dan bahkan dari negara-negara lain baik di pasar nasional maupun internasional.

Tujuan dari dilaksanakannya kegiatan promosi produk usaha UMKM ini antara lain :

1. Sebagai ajang promosi dan pemasaran produkproduk UMKM kepadamasyarakat baik itu nasional maupun internasional yang diharapkan dapat menembus pangsa pasar nasional maupun internasional.
2. Mempromosikan produk UMKM dalam meraih pasar global untuk mengantisipasi masuknya produkproduk yang diproduksi oleh produsen luar negeri.

3. Merupakan forum bertukar wawasan baik antar sesama pengrajin/pengusaha ataupun dengan masyarakat untuk meningkatkan teknologi, kualitas, dan mutu hasil kerajinan.
4. Sebagai ajang kompetisi untuk menumbuhkan kreasi dan meningkatkan prestasi dunia kerajinan.

Pameran yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat antara lain :

a. Lokal

1) Pameran saat HUT Kabupaten Langkat

Pameran ini diselenggarakan setiap Tahun untuk memperingati HUT Kab Langkat yang dilaksanakan di Alun-alun Stabat.

2) Pameran saat PRSU

Pameran ini diselenggarakan setiap Tahunnya oleh Pemerintah Kota Medan di Gedung PRSU kota Medan.

b. Internasional

Pameran East Asia Inter-Regional Tourism Forum 15th General Assembly Academic Symposium Jogja and Eatof Travel Mart 2nd Culinary Festival Eatof Expo, Jogja 20-23 oktober 2016.

Penyelenggaraan promosi produk UMKM tersebut merupakan kegiatan yang sangat bermanfaat bagi pelaku usaha UMKM. Sebab, biasanya mereka memanfaatkan kegiatan ini untuk memperkenalkan hasil produksinya kepada masyarakat luas. Maka dari itu, Dinas Koperasi dan UKM sangat selektif untuk memilih UMKM mana yang berhak menjadi peserta dalam pameran ini. UMKM yang biasanya menjadi peserta adalah UMKM yang menjadi binaan Dinas Koperasi dan UKM. Selain itu, peserta pameran diutamakan adalah UMKM yang produknya sudah menjadi barang ekspor. Proses seleksi juga dilakukan oleh pihak Dinas Koperasi dan UKM untuk mengetahui UMKM mana saja yang dianggap layak untuk mengikuti pameran. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Bapak Drs. Jamal Ritonga, berikut ini:⁵¹

⁵¹Jamal Ritonga, Hasil Wawancara Pribadi, Selaku Kabid UKM Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat, (Stabat, 12 juli 2019).

“UMKM yang ikut dalam pameran ini ya yang jadi UMKM binaan Dinas nak. Biasanya produk-produknya itu memang sudah banyak diekspor. Untuk memilih UMKM nya biasanya kami memang langsung pilih saja, karena memang kami sudah tau UMKM mana yang produknya layak di promosikan, biasanya sih seperti UKM Kerupuk Tenggiri”

Penyelenggaraan promosi produk UMKM dalam bentuk pameran ini menjadi kegiatan rutin tahunan yang diselenggarakan oleh Dinas Koperasi dan UKM kabupaten Langkat. Karena kegiatan ini terbukti dapat meningkatkan permintaan komoditi kerajinan terhadap pasar lokal maupun nasional. Selain itu, kegiatan pameran ini juga dapat meningkatkan daya saing dan kualitas produk-produk kerajinan di pasar nasional maupun internasional.

2. Strategi Pemberdayaan (Program Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif UMKM)

Program ini mempunyai tujuan untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia UMKM yang tangguh dan mempunyai jiwa wirausaha. Sasaran yang akan dicapai adalah meningkatnya Sumber Daya Manusia bagi UMKM sehingga terwujud UMKM yang kuat, mandiri, inovatif, dinamis, dan berdaya saing tinggi. Untuk mendukung mendukung program tersebut maka kegiatan yang dilakukan adalah dengan :

a. Penyelenggaraan Pelatihan Kewirausahaan

Pelatihan kewirausahaan ini bertujuan untuk mengembangkan serta meningkatkan kualitas pribadi Sumber Daya Manusia (SDM) UMKM. Selain itu, kegiatan ini juga bermaksud untuk meningkatkan kemampuan manajerial serta kewirausahaan bagi UMKM, sehingga tercapai kinerja yang optimal dan tumbuh berkembang menjadi UMKM yang sehat, tangguh, dan mandiri sebagai pelaku usaha dalam perekonomian rakyat. Sosialisasi penyelenggaraan pelatihan ini dilakukan melalui kerjasama dengan kelompok masyarakat, dalam hal ini adalah

kelompok PKK. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Bapak Taruli Pardamean, berikut ini:⁵²

“ untuk peserta pelatihan biasanya tergantung dari jenis pelatihan yang mau diadakan. Ada yang sifatnya bebas, ada juga yang pesertanya harus pelaku usaha tertentu, dek. Misalnya, pelatihan akrilik, pelatihan ayaman lidi dan pelatihan Handycraft untuk daerah wisata.”

Jumlah UMK yang mengikuti pelatihan Tahun Anggaran 2017 adalah 90 orang yang terdiri dari:

- a. Pelatihan akrilik : 60 orang
- b. Pelatihan Ayaman Lidi : 30 orang

Selain itu juga dilakukan Pelatihan Handycraft untuk meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM yang berada di daerah wisata seperti Bukit Lawang, Tangkahan dan beberapa daerah wisata lainnya melalui dana APBD.

3. Strategi Perlindungan (Program Penciptaan Iklim Usaha Yang Kondusif)

Tujuan dari program ini adalah terwujudnya perubahan perilaku gerakan UMKM sesuai dengan peraturan yang berlaku. Sasaran yang akan dicapai adalah meningkatnya perubahan perilaku UMKM dalam berusaha untuk melaksanakan dan mentaati peraturan yang berlaku, sehingga terjalin hubungan yang harmonis antara pelaku usaha dengan Pemerintah selaku pembina. Kegiatan yang dilakukan untuk mendukung kegiatan ini antara lain :

- a. Fasilitasi pengembangan UMKM

Peran Dinas Koperasi dan UKM dalam fasilitasi pengembangan UMKM di sini maksudnya adalah untuk memfasilitasi setiap kegiatan pengembangan dengan menjembatani antara pelaku usaha dengan pihak yang dibutuhkan pelaku usaha. Atau dengan kata lain, Dinas Koperasi dan UKM memberikan fasilitas yang berwujud sarana dan prasarana untuk mendukung perkembangan usaha

⁵²Taruli Pardamean, hasil wawancara pribadi selaku KASI Kemitraan dan Fasilitasi (Stabat, 12 Juli 2019).

UMKM tersebut. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Bapak Taruli Pardamean, berikut ini:⁵³

“kegiatan Fasilitasi ini bertujuan untuk mengembangkan UMKM . dalam kegiatan ini dinas Koperasi Kabupaten langkat memberikan bantuan Hibah untuk UMKM yang memang layak mendapatkan bantuan tersebut. biasanya mereka memberikan proposal tentang apa yang mereka butuhkan dan kami akan menyeleksi mereka. Bantuan Hibah ini biasanya berupa barang, dimana barang tersebut kami beli dari dana APBN.”

Tujuan dari kegiatan fasilitasi ini adalah agar supaya UMKM tersebut dapat berjalan sesuai dengan keahlian yang dimiliki. Contohnya adalah dengan pemberian bantuan alat-alat produksi yang sesuai dengan apa yang akan diproduksi. Dengan harapan bahwa produk yang dihasilkan dapat memiliki nilai yang lebih baik, berkualitas, dan mampu bersaing di tingkatan pasar yang lebih luas dibandingkan sebelumnya.

C. Analisis SWOT Pada Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat

Analisis SWOT merupakan salah satu instrument analisis yang ampuh apabila digunakan dengan tepat, “SWOT” merupakan akronim dari kata-kata *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang) dan *Threat* (Ancaman). Analisis ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman/tantangan perusahaan yang terjadi di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan.

1. Analisis Lingkungan Internal

a. Kekuatan (*Strength*)

- 1) Dana yang digunakan untuk kegiatan berasal dari APBD
- 2) Memiliki kewenangan dalam menjalankan setiap kegiatan
- 3) Sarana dan prasarana yang memadai
- 4) UMKM yang berjumlah banyak dan beragam

b. Kelemahan (*Weakness*)

- 1) Daerah yang sangat Luas sehingga menyulitkan pembinaan secara merata
- 2) Sebagian besar Pelaku usaha/ SDM yang pendidikannya rendah

⁵³ Taruli Pardamean, hasil wawancara pribadi selaku KASI Kemitraan dan Fasilitasi (Stabat, 12 Juli 2019).

- 3) Keterbatasan anggaran

2. Analisis Lingkungan Eksternal

b. Peluang (*Opportunity*)

- 1) Menjadi lembaga yang dapat diandalkan oleh pelaku UMKM
- 2) Memperluas jangkauan pemberdayaan UMKM
- 3) Meningkatkan kualitas program kerja

c. Ancaman (*Threat*)

- 1) Lingkungan lokasi yang sulit dijangkau dan terlalu luas
- 2) Program kerja yang tidak bervariasi
- 3) Rendahnya jiwa kewirausahaan SDM pelaku UMKM

3. Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Menurut David, ada lima tahapan dalam menyusun matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS):

- a. Tentukan faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengedintifikasi tingkat penting relative dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan dan kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberi bobot yang tinggi.
- c. Jumlah seluruh bobot sama dengan 1,0. Berikan reteng sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3), dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
- d. Kalikan masing-masing bobot dengan *ratingi*-ya untuk mendapatkan *score*.
- e. Jumlahkan total *score* masing-masing *variabel*.

Berdasarkan banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matriks IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah. Sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan potensi internal yang kua.

Tabel 4.5

Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
	Kekuatan (<i>Strength</i>)			
1.	Dana yang digunakan untuk kegiatan berasal dari APBD	0,20	4	0,80
2.	Memiliki kewenangan dalam menjalankan setiap kegiatan	0,12	4	0,48
3.	Sarana dan prasarana yang memadai	0,09	3	0,27
4.	UMKM yang berjumlah banyak dan beragam	0,18	4	0,72
Subtotal		0,57		2,27
	Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1.	Daerah yang sangat Luas sehingga menyulitkan pembinaan secara merata	0,07	2	0,14
2.	Sebagian besar Pelaku usaha/ SDM yang pendidikannya rendah	0,12	4	0,48
3.	Keterbatasan anggaran	0,17	3	0,51
4.	Keterikatan pada Draf Raperda	0,07	1	0,07
Subtotal		0,43		1,20
Total		1,00		3,47

Dari analisis pada tabel 4.5 IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,47. Karena total skor diatas 2,5 ini berarti mengidentifikasikan posisi internal yang kuat.

4. Matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Menurut David, ada lima tahapan dalam menyusun matriks *Internal Factor Analysis Summary* (EFAS):

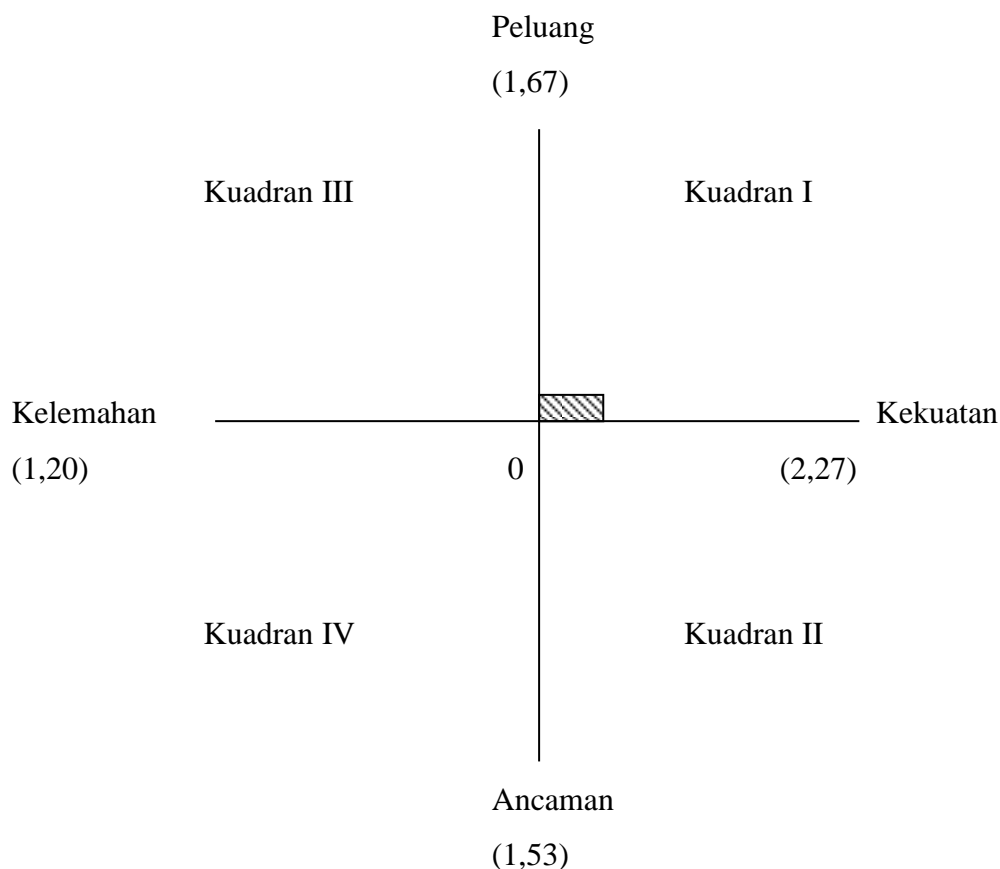
- a. Tentukan faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- b. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengedintifikasi tingkat penting relative dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan dan kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberi bobot yang tinggi.
- c. Jumlah seluruh bobot sama dengan 1,0. Berikan rating sampai 4 bagi masing-masing, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon diatas rata-rata), 2 (respon rata-rata) Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada kondisi perusahaan.
- d. Kalikan masing-masing bobot dengan *ratingi*-ya untuk mendapatkan *score*.
- e. Jumlahkan total *score* unntuk mendapatkan nilai total *score* perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategi interlanya. Sudah jelas bahwa dalam EFAS matriks, kemungkinan nilai tertinggi total score adalah 4,0 dan terendah adalah 1,0 total score 4,0 mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar. Total score sebesar 1,0 menunjukkan strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau tidak menghindari ancaman-ancaman eksternal.

Tabel 4.6**Matrik EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)**

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
	Peluang (<i>Opportunity</i>)			
1.	Menjadi lembaga yang dapat diandalkan oleh pelaku UMKM	0,20	4	0,80
2.	Memperluas jangkauan pemberdayaan UMKM	0,16	3	0,48
3.	Meningkatkan kualitas program kerja	0,13	3	0,39
Subtotal		0,49		1,67
	Ancaman (<i>Threat</i>)			
1.	Lingkungan lokasi yang sulit dijangkau dan terlalu luas	0,16	3	0,48
2.	Program kerja yang tidak bervariasi	0,17	3	0,51
3.	Rendahnya jiwa kewirausahaan SDM pelaku UMKM	0,18	3	0,54
Subtotal		0,51		1,53
Total		1,00		3,20

Dari hasil analisis pada tabel 4.6 EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki skor 3,20. Karena total skor mendekati 4,0 berarti ini mengindikasikan bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar.

Selanjutnya nilai total dari masing-masing faktor yang dirinci, *Strength* 2.27, *weakness* 1.20, *opportunity* 1.67, *threat* 1.53. Maka diketahui selisih total skor faktor $\frac{Strength-weakness}{2} = 0.535$, sedangkan selisih total skor faktor $\frac{opportunity-threat}{2} = 0.07$.



Gambar 4.7

Diagram Cartesius Analisis SWOT Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat

Dari gambar diagram *cartesius* diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa padakuadran I yaitu *Agresif* (*Growth Oriented Strategy*) dimana kekuatan tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Dinas Koperasi dan UKM tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang *agresif*.

5. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat-alat yang dipakai untuk mengukur faktor-faktor strategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki. Matriks ini dapat menghasilkan sel kemungkinan alternatif strategi yang dapat dilihat pada gambar berikut.

Tabel. 4.8
Matriks SWOT

<div style="text-align: center;"> EFAS </div> <div style="text-align: center;"> IFAS </div>	STRENGTH	WEAKNESS
	a. Dana yang digunakan untuk kegiatan berasal dari APBD b. Memiliki kewenangan dalam menjalankan setiap kegiatan c. Sarana dan prasarana yang memadai d. UMKM yang berjumlah banyak dan beragam	a. Daerah yang sangat Luas sehingga menyulitkan pembinaan secara merata b. Sebagian besar Pelaku usaha/ SDM yang pendidikannya rendah c. Keterbatasan anggaran
OPPORTUNITY	STRATEGI SO	STRATEGI WO
a. Menjadi lembaga yang dapat diandalkan oleh pelaku UMKM b. Memperluas jangkauan pemberdayaan UMKM c. Meningkatkan kualitas program kerja	Mengoptimalkan dana kegiatan yang berasal dari APBD	Memperluas jangkauan pemberdayaan UMKM agar pembinaannya merata

THREAT	STRATEGI ST	STRATEGI WT
a. Lingkungan lokasi yang sulit dijangkau dan terlalu luas	Mengoptimalkan program kerja sehingga lebih berkualitas	Menumbuhkan jiwa kewirausahaan SDM pelaku UMKM
b. Program kerja yang tidak bervariasi		
c. Rendahnya jiwa kewirausahaan SDM pelaku UMKM		

Berdasarkan hasil pengukuran matriks SWOT pada tabel, maka dapat memperoleh alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh Dinas Koperasi dan UKM, yaitu:

a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya oleh Dinas Koperasi dan UKM. Strategi SO yang ditempuh Dinas Koperasi dan UKM yaitu dengan Mengoptimalkan dana kegiatan yang berasal dari APBD.

Semua dana yang digunakan untuk melaksanakan suatu program kerja oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat seluruhnya didapatkan dari dana APBD (Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah). Dana ini haruslah dioptimalkan dalam rangka kegiatan pengembangan UMKM. Dengan mengandalkan seluruh kekuatan yang dimiliki, diharapkan dengan mrngoptimalkan dana APBD maka Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat mampu meningkatkan perngembangan UMKM di Kabupaten Langkat.

b. Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki Dinas Koperasi dan UKM untuk mengatasi segala ancaman yang ada. Strategi ST yang ditempuh Dinas Koperasi dan UKM, yaitu dengan mengoptimalkan program kerja sehingga lebih berkualitas

Seperti yang diketahui bahwa setiap program kerja yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan UKM adalah berasal dari kebijakan pemerintah pusat yang dalam hal ini adalah Kementerian Koperasi dan UKM. Meskipun begitu, strategi dari kebijakan pusat tidak semua dapat diaplikasikan di Kabupaten Langkat. Dinas Koperasi dan UKM berhak melaksanakan strategi yang sesuai dengan kondisi di Kabupaten Langkat. Mengoptimalkan program kerja sehingga lebih berkualitas harus dilakukan agar tujuan mengembangkan UMKM dapat lebih mudah dicapai, misalnya dalam program kerja pemberian bantuan hibah. Bantuan hibah ini haruslah tepat sasaran dan jika diberikan memang akan menunjang pengembangan usaha tersebut. Begitu juga seterusnya pada program kerja lainnya.

c. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi WO yang ditempuh oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat, yaitu dengan Memperluas jangkauan pemberdayaan UMKM agar pembinaannya merata.

Kabupaten Langkat memiliki luas daerah $\pm 6.263,29 \text{ km}^2$, kondisi ini menyulitkan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dalam menjangkau seluruh pelosok daerah untuk melakukan pemberdayaan UMKM. Dengan memperluas jangkauan pemberdayaan maka pembinaan UMKM akan merata, sehingga masalah-masalah seperti pendidikan SDM pelaku UMKM yang masih rendah akan teratasi dengan dilakukannya pembinaan sehingga para pelaku usaha tidak akan lagi kesulitan untuk mengembangkan usahanya.

d. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defensive dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan. Strategi WT yang ditempuh oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat, yaitu dengan menumbuhkan jiwa kewirausahaan SDM pelaku UMKM.

Jiwa kewirausahaan haruslah dimiliki oleh setiap pelaku UMKM karena jika seorang pelaku usaha memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi, dia akan jeli melihat peluang bisnis serta mengerti cara menyikapi dan mengantisipasi kegagalan. Pelaku UMKM di Kabupaten Langkat secara garis besar memiliki jiwa kewirausahaan yang rendah dan tingkat pendidikan yang rendah pula. Maka dari itu perlu dilakukan upaya untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan SDM pelaku UMKM tentu saja dengan menerapkan program kerja yang berkaitan dengan strategi- strategi seperti melakukan pelatihan.

D. Implikasi Strategi Pengembangan Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat terhadap UMKM

Implikasi merupakan hubungan keterlibatan atau keadaan terlibat dengan suatu hal⁵⁴. Kata implikasi memiliki persamaan kata yang beragam seperti keterkaitan, keterlibatan, efek, sangkutan, akibat, maksud, sugesti dan lain-lain. Implikasi dari strategi pengembangan sektor UMKM oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dapat diartikan sebagai efek atau akibat yang ditimbulkan karena diterapkannya Strategi pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM kabupaten Langkat terhadap UMKM. Berikut ini akan dijelaskan implikasi dari strategi Dinas Koperasi sebagai berikut:

1. Implikasi Strategi Perkuatan

Strategi Perkuatan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat diimplementasikan dalam Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha bagi UMKM. Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat berharap dengan diterapkannya program kerja ini dapat berimplikasi dalam hal peningkatan kemampuan para pelaku UMKM Kabupaten Langkat untuk bisa memanfaatkan kesempatan dan peluang untuk mengembangkan usaha yang

⁵⁴ <https://kbbi.web.id/implikasi.html> diakses pada senin 05 agustus 2019

mereka jalani. Seperti yang dijelaskan oleh Kabid UKM Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat, yaitu bahwa:⁵⁵

“ untuk strategi perkuatan, kami menetapkan program kerja dengan kegiatan penyelenggaraan promosi produk nak. Promosi produk ini pun macam- macam, ada yang lokal, seperti pameran HUT Langkat, nasional seperti, pameran IFFINA dan ada juga sampai internasional. Promosi produk ini berimplikasi pada kenaikan omzet mereka. Dengan ikut promosi maka produk mereka akan semakin dikenal, akibatnya permintaan atas produk itu pun meningkat. Tapi gak sembarangan produk juga bisa ikut pameran. Biasanya kami seleksi dulu produknya sesuai standar kami. Jika memang memenuhi syarat maka kami ikutkan dalam pameran”

Berdasarkan pemaparan oleh Kabid UKM Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dapat diketahui bahwa strategi perkuatan dalam Program Pengembangan Sistem Pendukung bagi UMKM dilakukan dengan cara promosi produk. Implikasi dari strategi perkuatan ini adalah naiknya omzet para pelaku UMKM karena produknya yang semakin dikenal dan permintaan atas produk tersebut meningkat.

2. Strategi Pemberdayaan

Strategi Pemberdayaan yang dilakukan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dengan program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM. Program ini dilakukan dengan penyelenggaraan pelatihan Kewirausahaan. Sebagian besar pelaku usaha di Kabupaten Langkat masih berpendidikan rendah, maka pelatihan kewirausahaan dianggap penting untuk meningkatkan sumber daya manusia para pelaku UMKM dan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan mereka. Seperti yang dijelaskan oleh KASI Kemitraan dan Fasilitasi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat, yaitu bahwa:⁵⁶

“ dalam strategi pemberdayaan ini biasanya kami mengadakan pelatihan dek. Pelatihan-pelatihan gitu, misalnya pelatihan handycraft. Pelatihan ini berimplikasi pada peningkatan kemampuan sumberdaya manusia dan penumbuhan jiwa kewirausahaan mereka. Dengan diadakan pelatihan

⁵⁵Jamal Ritonga, hasil wawancara pribadi, selaku kepala bidang UKM, (Stabat, 12 Juli 2019).

⁵⁶ Taruli Pardamean, hasil wawancara pribadi selaku KASI Kemitraan dan Fasilitasi (Stabat, 12 Juli 2019).

maka para pelaku UMKM akan semakin mengerti dan paham serta semakin kreatif untuk mengembangkan usaha”

Berdasarkan pemaparan dengan KASI Kemitraan dan Fasilitas Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat diatas dapat diketahui bahwa dalam strategi pemberdayaan yang dilakukan dengan program penyelenggaraan pelatihan kewirausahaan, implikasinya adalah peningkatan kemampuan sumberdaya manusia dan penumbuhan jiwa kewirausahaan bagi peserta pelatihan yang merupakan pelaku UMKM di Kabupaten Langkat.

3. Strategi Perlindungan

Strategi perlindungan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dilaksanakan dalam program penciptaan iklim usaha yang kondusif dengan kegiatan fasilitasi pengembangan UMKM. Seperti yang dijelaskan oleh KASI Kemitraan dan Fasilitas Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat, yaitu bahwa:⁵⁷

“kegiatan Fasilitas ini bertujuan untuk mengembangkan UMKM . dalam kegiatan ini dinas Koperasi Kabupaten langkat memberikan bantuan Hibah untuk UMKM yang memang layak mendapatkan bantuan tersebut. biasanya mereka memberikan proposal tentang apa yang mereka butuhkan dan kami akan menyeleksi mereka. Bantuan Hibah ini biasanya berupa barang, dimana barang tersebut kami beli dari dana APBN.”

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat diketahui bahwa dalam kegiatan fasilitasi pengembangan UMKM ini pihak Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat memberikan bantuan hibah kepada UMKM yang layak mendapatkan bantuan tersebut. Bantuan ini berupa alat-alat produksi untuk menunjang kelancaran kegiatan produksi dari UMKM tersebut. Sejalan dengan itu, pelaku UKM yang mendapatkan bantuan hibah menjelaskan, bahwa:⁵⁸

“bantuan hibah yang diberikan kepada saya itu adalah mesin bubut ayam. Untuk mendapatkan bantuan hibah mesin bubut ayam ini, saya harus membuat proposal dulu lalu saya antarkan ke Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat. Alhamdulillah, disetujui oleh pihak dinas. Mesin bubut ayam ini sangat bermanfaat dek, usaha saya juga semakin lancar dan semakin besar. Pendapatan saya pun juga lumayan lah. Intinya, berkat adanya bantuan hibah mesin bubut ayam ini, saya tidak perlu

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ Devi Hardian, Hasil Wawancara Pribadi, selaku UMKM yang mendapat bantuan Hibah berupa Mesin bubut ayam, (selesai, 15 juli 2019).

mengeluarkan modal untuk membelinya yang jujur saya sendiri pun tidak sanggup membelinya.”

Seorang pelaku usaha jahit pakaian juga mengaku bahwa bantuan hibah yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat ini menambah jumlah hasil produksinya.⁵⁹

“ alhamdulillah proposal saya untuk meminta bantuan mesin jahit di setuju dek, akibatnya ya makin banyak jahitan yang kami siapkan dalam sehari. Omzet kami juga naik dek, kan makin cepat kami selesaikan jahitan. Usaha jahit saya ini pun makin berkembang dari yang dulu dek. Saya sendiri uda punya 2 mesin jahit, sekarang nambah 1 dari bantuan hibah.”

Seorang pelaku usaha *Doorsmeer* juga menjelaskan bahwa Dinas Koperasi dan UKM juga memberikan bantuan hibah kepadanya, ia menyatakan bahwa:⁶⁰

“ Dinas Koperasi dan UKM ini memberikan bantuan Mesin Kompresor Steam kepada saya dek. Awalnya sih saya mengajukan proposal yang isinya permintaan mesin kompresor steam dan mesin pompa air dek, tapi yang disetujui cuma mesin kompresor airnya saja. Tapi syukurlah, modal yang harusnya saya keluarkan untuk membeli mesin itu jadi bisa belikan barang yang lain untuk mengembangkan usaha Doorsmeer saya ini.”

Berdasarkan wawancara dengan pihak Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat dan beberapa pelaku UMKM yang mendapatkan Bantuan Hibah dapat diketahui bahwa implikasi dari strategi perlindungan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM kabupaten Langkat ini adalah meningkatkan hasil produksi, menambah omzet dan membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya.

⁵⁹ Murni, Hasil Wawancara Pribadi, selaku UMKM yang mendapat bantuan Hibah berupa mesin jahit, (stabat, 16 juli 2019).

⁶⁰ Jefri, Hasil Wawancara Pribadi, selaku penerima Bantuan Hibah berupa Mesin Kompresor Steam, (Stabat, 16 juli 2019).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan rumusan masalah dan hasil analisis SWOT yang digunakan maka dapat disimpulkan bahwa:
 - a. Strategi Perkuatan, Strategi Perkuatan yang dilakukan oleh Dinas Koperasidan UKM Kabupaten Langkat di implementasikan dalam Program Pengembangan Sistem Pendukung Usaha bagi UMKM dengan melakukan Promosi Produk.
 - b. Strategi Pemberdayaan, Strategi Pemberdayaan yang dilakukan Dinas Koperasidan UKM Kabupaten Langkat dengan program pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif UMKM. Program ini dilakukan dengan penyelenggaraan pelatihan Kewirausahaan.
 - c. Strategi Perlindungan, Strategi Perlindungan Dinas Koperasidan UKM Kabupaten Langkat dilaksanakan dalam program penciptaan iklim usaha yang kondusif dengan kegiatan fasilitasi pengembangan UMKM. Program inidilakukan dengan memberikan Bantuan Hibah.
 - d. Alternatif strategi, dengan menggunakan analisis SWOT telah diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagiDinas Koperasidan UKM Kabupaten Langkat. Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS maka nilai total dari masing-masing faktor yang dirinci, *Strenght* 2.27, *waekness* 1,18, *opportunity* 1.67, *threat* 1.53. Maka diketahui selisih total skor faktor $\frac{Strenght-waekness}{2} = 0.545$, sedangkan selisih total skor faktor $\frac{opportunity-threat}{2} = 0.07$.
 - e. Berdasarkan gambar diagram *cartesius* diatas, sangat jelas menunjukkan bahwa padakuadran I yaitu *Agresif (Growth Oriented Strategy)* dimana kekuatan tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan.Dinas Koperasi dan UKM tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi

ini yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang *agresif*, dengan alternatif strategi antara lain:

- 1) Strategi SO (*Strength-Opportunity*) yang ditempuh Dinas Koperasi dan UKM yaitu dengan Mengoptimalkan dana kegiatan yang berasal dari APBD.
 - 2) Strategi ST (*Strength-Threat*) yang ditempuh Dinas Koperasi dan UKM, yaitu dengan Mengoptimalkan program kerja sehingga lebih berkualitas.
 - 3) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) yang ditempuh oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat, yaitu dengan Memperluas jangkauan pemberdayaan UMKM agar pembinaannya merata.
 - 4) Strategi WT (*Weakness-Threat*) yang ditempuh oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat, yaitu dengan Menumbuhkan jiwa kewirausahaan SDM pelaku UMKM.
2. Implikasi Strategi Pengembangan Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat terhadap UMKM, yaitu:
- a. Implikasi dari strategi perkuatan adalah naiknya omzet pelaku UMKM karena produknya yang semakin dikenal dan permintaan atas produk tersebut meningkat.
 - b. Strategi pemberdayaan yang dilakukan dengan program penyelenggaraan pelatihan kewirausahaan, implikasinya adalah peningkatan kemampuan sumber daya manusia dan penumbuhan jiwa kewirausahaan bagi peserta pelatihan yang merupakan pelaku UMKM di Kabupaten Langkat.
 - c. Implikasi dari strategi perlindungan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM kabupaten Langkat ini adalah meningkatkan hasil produksi, menambah omzet dan membantu UMKM dalam mengembangkan usahanya dengan memberikan modal.

B. Saran – Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberi masukan saran sebagai berikut:

1. Bagi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat agar menambah inovasi dalam melakukan program kerja yang telah ditetapkan, mengoptimalkan dana APBD yang telah diberikan untuk digunakan semaksimal mungkin dalam rangka pengembangan UMKM di Kabupaten Langkat dan menjangkau lebih jauh pemberdayaan UMKM agar pemberdayaan tersebut merata keseluruh UMKM.
2. Bagi UMKM di Kabupaten Langkat agar menjaga dan memanfaatkan secara maksimal Bantuan Hibah yang telah diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat untuk mengembangkan usaha mereka dan menambah omzet para pelaku UMKM. Karena bantuan tersebut tidak semua UMKM bisa mendapatkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Wirausaha Berbasis Syari'ah*. Banjarnegara: Antasari Press, 2011
- Abidin, Ali Zaenal. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan*. Juli 2017.
- Bank Indonesia. *Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. (buku, tidak diterbitkan), 2015
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat. *Sensus Ekonomi 2016 Analisis Listing Potensi Ekonomi Kabupaten Langkat*. Langkat: Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat, 2016
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007
- David dan Fred R. *Manajemen Strategi: konsep-konsep*. Jakarta: INDEKS Kelompok Gramedia, 2006
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005 Dedy, febry. *definisi pengembangan* [http://www.academia.edu/4832768/DEFINISI PENGEMBANGAN](http://www.academia.edu/4832768/DEFINISI_PENGEMBANGAN), di unduh pada 6 januari 2019
- Direktorat Pengembangan UKM dan Koperasi. *Warta KUKM Untuk Pertumbuhan Ekonomi yang Berkualitas*. vol 5 no.1, 2016
- Fitrah, Muh dan lutfiyah. *Metodologi penelitian (penelitian kualitatif, tindakan kelas dan studi kasus)*. Sukabumi : jejak, 2017
- Hamali, Ari Yusuf. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: KENCANA, 2016
- Harahap, Isnaini. *Analisis dampak penerapan perbankan syariah terhadap sektor UMKM di Sumatera utara*, Disertasi, Program Doktor Ekonomi Syariah Pascasarjana UINSU, 2016
- Harahap, Sunarji. *Pengantar Manajemen*. Medan :Febi Uin- SU Press, 2016
- Imsar,. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Uco Durian Medan*. Medan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU, Tidak diterbitkan, 2018
- Juwono, Onni. *Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Waralaba (Franchise) (Studi kasus di restoran cepat saji McDonald's) Periode Oktober-Desember 2011*.

- Kara, Muslimin. *Kontribusi Pembiayaan Perbankan Syariah Terhadap Pengembangan UMKM di Kota Makassar*. Dalam jurnal Ilmu Syariah dan Hukum, vol 47 no. 1, juni 2013
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2012
- Kementerian Keuangan. *Laporan tim kajian kebijakan antisipasi krisis tahun 2012 melalui program kur* (Buku, tidak diterbitkan)
- Kristian, Fuad. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006
- Kristianti, Mariana. *Website media pemasaran produk-produk unggulan UMKM di kota Semarang*. Dalam jurnal Aplikasi Manajemen (JAM) vol 13 No. 2, April 2015
- Komang Ariani, Ni. *Strategi Dinas Koperasi UKM dalam Pemberdayaan UMKM Kabupaten Gianyar*
- Marliyah. *Strategi pembiayaan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM): studi kasus perbankan syariah di Sumatera Utara*. Disertasi , Program Doktor Ekonomi Syariah Pascasarjana UINSU, 2016
- Mas min. Pengertian strategi menurut para ahli <https://www.pelajaran.id/2017/02/pengertian-strategi-menurut-pendapat-para-ahli-terlengkap.html> diunggah pada 2 januari 2017.
- Maxmore. *Pengertian UMKM menurut para ahli* <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-umkm.html>. Diunduh pada 30 desember 2018
- Pratiwi, Sundari. *Strategi Pemberdayaan UMKM Sektor Peternakan Ayam Organik (Studi Pada Koperasi Hidayah Sumatera Utara)*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU, 2016
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003
- Rusdiana, Maulida. *Strategi Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan, dan ESDM Kabupaten Sidoarjo untuk Meningkatkan Daya Saing UKM Batik pada Sentra UKM Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo*. Dalam Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik, vol 4 No. 1, Januari-April 2016.
- Romsinah Harahap, Siti. *Strategi Pengembangan Usaha Tani Kelapa Sawit di Desa Marsonja Kecamatan Labuhan Batu Selatan* . Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU, 2017.
- Solihin, Ismail . *Pengantar Manajemen*. Bandung: Penerbit Erlangga, 2009

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016

Yunus, Eddy . *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2016

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Suci Astari
2. Nim : 51153082
3. Tempat/Tanggal Lahir : Dolok Masihul/ 17 januari 1998
4. Pekerjaan : Mahasiswi
5. Alamat : Cinta Dapat Dusun Kantil Desa Pd. Brahrang Kec.
Selesai Kab Langkat

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SD Negeri 056600 Gang Kenanga Berijazah tahun 2009
2. Tamatan SMP Negeri 1 Kecamatan Selesai Berijazah tahun 2012
3. Tamatan MAN Binjai Berijazah tahun 2015
4. Tamatan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Berijazah tahun 2019

III. RIWAYAT ORGANISASI

1. Anggota Paskibra MAN Binjai tahun 2013
2. Ketua Bidang Kewanitaan DPK BKPRMI Kecamatan Selesai tahun 2018

DAFTAR WAWANCARA

A. Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat

1. Apa saja faktor pendorong pengembangan UMKM bagi Dinas Koperasi?
2. Apa saja kelemahan Dinas Koperasi dalam mengembangkan sektor UMKM di Kab Langkat?
3. Apa saja peluang Dinas Koperasi dalam mengembangkan sektor UMKM di Kab Langkat?
4. Apa saja Faktor penghambat dalam mengembangkan sektor UMKM di kab Langkat bagi Dinas Koperasi?
5. Bagaimana strategi Dinas Koperasi dalam mengembangkan sektor usaha mikro, kecil dan menengah di Kab Langkat?

B. UMKM Penerima Bantuan Hibah

1. Apa saja Bentuk bantuan oleh Dinas Koperasi terhadap Usaha anda dalam hal pengembangan usaha?
2. Apa saja manfaat bantuan oleh Dinas Koperasi terhadap usaha anda?
3. Apa implikasi dari stratregi pengembangan usaha yang di berikan terhadap usaha anda?

DAFTAR GAMBAR



(Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Langkat)



(Ruang Bidang UKM Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten langkat)



(UMKM Penerima Bantuan Hibah Berupa Mesin Bubut Ayam)



(UMKM Penerima Bantuan Hibah Berupa Mesin Kompresor Steam)



(UMKM Penerima Bantuan Hibah berupa Mesin Jahit)